

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DA ERVA MATE: POSSIBILIDADES A PARTIR DO PERFIL DE CONSUMIDORES E PRODUTORES

EJE TEMÁTICO Nº. 5

Oliveira, Helen C. Caetano Ribeiro de; Centenaro, Moisés; Bordão, Fabiane Suelynn de Freitas

Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS)

helen.caetano@hotmail.com; m.centenaro@uems.br; bia_f_b@hotmail.com

RESUMO

A Indicação Geográfica (IG) é uma forma de qualificação atribuída ao produto originário de um território cujas características são inerentes ao local de sua origem podendo ser utilizada para agregar valor aos produtos advindos de localidades com essa certificação, contribuindo para divulgação de produtos com características específicas da região e de produtores e consequentemente com o desenvolvimento regional. Este trabalho teve como objetivo avaliar a viabilidade da IG de acordo com a percepção dos produtores, indústrias e consumidores de erva-mate da região de Ponta Porã – MS. Nos procedimentos metodológicos, o trabalho se classifica como um estudo qualitativo, conduzido por meio do método científico hipotético-dedutivo. Para a coleta de dados, foram realizadas entrevistas com produtores, dirigentes de indústrias e consumidores de erva-mate. Os resultados obtidos na revisão da literatura e nas pesquisas de campo, averiguaram que os produtos com IG não só teriam preferência no momento da compra como também remeteriam um sentimento de diferenciação e valorização da erva-mate, contudo observou-se que a IG é uma realidade ainda não explorada, mas que pode contribuir agregando valor ao produto erva-mate, bem como ao seu resgate histórico, econômico e cultural.

PALAVRAS-CHAVES: Indicação Geográfica; Desenvolvimento Regional; Erva-mate.

1. INTRODUÇÃO

A erva-mate (*Ilex paraguariensis* St. Hil.) é uma espécie nativa da América do Sul, encontrada no Brasil, Paraguai e Argentina, possuindo importância histórica na cultura e na economia das fronteiras destas regiões (Bona et al, 2010). Com muita história na fronteira do Brasil com o Paraguai, no passado as folhas da erva-mate eram moídas em pilões ou nos antigos barbaquás, atualmente são processadas pela indústria e resultam no tereré, o chá mate e o chimarrão.

Além disso, esta vem sendo também utilizada em mercados como os de cosméticos, medicamentos, higiene, além de vários estudos fitoquímicos com propriedades estimulantes, terapêuticas, antiinflamatórias, antirreumáticas, tônicas e diuréticas. (BRACESCO et al., 2011).

Por outro lado, a Indicação Geográfica (IG) refere-se a uma qualidade atribuída a um produto originário de um território cujas características são inerentes ao local de sua origem, está dividida em duas categorias: indicação de procedência que se refere ao nome do local que se tornou conhecido por produzir, extrair ou fabricar determinado produto ou prestar determinado serviço; e denominação de origem, que se refere ao nome do local, que passou a designar produtos ou serviços, cujas qualidades ou características podem ser atribuídas a sua origem geográfica e são reguladas pela Lei da Propriedade Industrial 9.279 de 14 de maio de 1996 – LPI/96 (INPI, 2018).

Sendo assim, o presente trabalho tem como objetivo analisar a percepção da utilização da IG, como ferramenta de desenvolvimento regional através da valorização da erva-mate produzida na fronteira do Brasil com Paraguai, mais precisamente na região de Ponta Porã – MS e cidades circunvisinhas, a dimensão humana do desenvolvimento está ligada à valorização do indivíduo em sua totalidade, tendo o desenvolvimento econômico não como fim, mas como meio de progresso e melhoria na qualidade de vida, afirma Martins (2002).

Além desta introdução, o texto foi estruturado em cinco partes: (2) a erva mate na fronteira do Brasil com Paraguai; (3) aspectos teóricos e conceituais da IG; (4) metodologia; (5) resultados da pesquisa; (6) última parte, sendo as considerações finais sobre possíveis impactos de uma IG no desenvolvimento regional, levando-se em consideração os aspectos da fronteira do Brasil com Paraguai.

2. A ERVA MATE NA FRONTEIRA DO BRASIL COM PARAGUAI

A erva-mate (*illex paraguayensis*) é uma planta nativa originária da Mata Atlântica e pode ser encontrada nas florestas dos três estados do sul do Brasil, no norte da Argentina, Paraguai e Uruguai (LORENZI, 2012). Cientificamente descrita pelo botânico francês Auguste de SaintHilaire em 1820, mas muito antes disso já fora objeto de descoberta e consumo por povos indígenas da América do Sul (GERHARDT, 2013; MARQUES, 2014). Foi a principal atividade econômica na fronteira do Brasil com Paraguai no final do século XIX e começo do século XX, cujas técnicas de elaboração foram difundidas pelos paraguaios, que por sua vez herdaram a cultura da tradição indígena guarani (GERHARDT, 2013).

Com a exploração da erva-mate nasceram as cidades como Porto Murtinho (antigo porto de embarque ervateiro), Bela Vista, Amambaí, Itaporã, Ponta Porã, Dourados, Rio Brillhante, Caarapó, Aral Moreira, Naviraí, Iguatemi, Caracol, Invinhema, Jateí, entre outras que funcionavam como portos de coleta da erva-mate e mais tarde transformados em municípios. (BIANCHINI, 2000).

Historicamente a erva-mate está consolidada na formação do estado do Mato Grosso do Sul, além de ser considerada uma espécie com ligação direta com a permanência do homem no campo, pelo fato de sofrer pouco com as oscilações do clima, o que não ocorre com a maioria das espécies agrícolas (VIDOR et al., 2002; LUZ et al., 2017).

O seu cultivo e exploração fez e faz parte da economia desse estado, é importante destacar que a região de Ponta Porã, localizada no cone sul do Estado foi pioneira na produção industrial de erva-mate no século passado, em 1900, com a criação da companhia Matte Laranjeira. Pouco tempo antes da divisão do Estado, na década de 1970, a indústria chegou a produzir dois milhões de hectares de ervais nativos (GUILLEN, 2007), hoje de acordo com dados do IBGE o MS produz em média 1,4 mil toneladas da erva.

A erva-mate mostra sua importância em diversas dimensões; socialmente, por estar presente em aproximadamente 180 mil propriedades rurais, sendo a maioria de pequenos produtores, congregando cerca de 600 empresas e 700 mil empregos no Brasil (CHECHI et al., 2017).

Figura 1 Ocorrência da erva-mate na região de fronteira



Fonte: Catanduvas, 2018.

3. ASPECTOS TEÓRICOS E CONCEITUAIS DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

A IG refere-se a uma qualidade atribuída a um produto originário de um território cujas características são inerentes ao local de sua origem, está dividida em duas categorias: indicação de procedência que se refere ao nome do local que se tornou conhecido por produzir, extrair ou fabricar determinado produto ou prestar determinado serviço; e denominação de origem, que se refere ao nome do local, que passou a designar produtos ou serviços, cujas qualidades ou características podem ser atribuídas a sua origem geográfica.

A IG está disciplinada no Título IV, do Art. 176 ao 182 da lei 9.279/96. O parágrafo único do Art. 182 estabelece que o órgão responsável pela concessão e registro das Indicações Geográficas é o INPI. Para Pimentel (2013), ao utilizar o sistema de propriedade intelectual, as nações buscam por meio deste o crescimento e desenvolvimento, através de recursos que podem ser explorados como ativos econômicos.

Visto que na atualidade os setores de planejamento e desenvolvimento regional buscam ferramentas que auxiliem o desenvolvimento de regiões não há de se deixar de apontar que a IG pode ser utilizada como tal, Boechat e Alves (2013) evidenciam a importância da IG na valorização do patrimônio cultural e do turismo, o que, segundo eles, pode trazer uma maior abertura de mercado, a padronização dos produtos e o estímulo ao agroturismo. Na IG estão incutidos uma gama de proteções e valorização de aspectos que são únicos de uma região, Kakuta et al. (2006) evidenciam que os benefícios do uso da Indicação Geográfica são a proteção ao patrimônio, o desenvolvimento rural, a promoção e facilidades de exportação e o desenvolvimento. O registro no INPI é considerado, de modo geral, como o ponto de chegada, mas deveria ser visto como ponto de partida para fomentar novas alianças entre turismo, serviços e demais setores. Nesse sentido, entende-se que a certificação de uma IG deve ter início com a intenção de transformar um recurso em um ativo com especificidade territorial. Para tanto, é necessária a mobilização de pessoas para formar uma associação ou cooperativa e assim obter o ato declaratório de IG.

O Brasil a exemplo de outros países vem aumentando o número de registro de IG, hoje já são 58 IGs certificadas no Brasil até junho de 2018 (IBGE 2018).

4. METODOLOGIA

A área de estudo é a fronteira do Brasil com o Paraguai tendo como os município de Ponta Porã a sede do presente estudo. Ponta Porã faz limites com Maracaju ao Norte, Dourados a Nordeste e a Leste, Laguna Carapã a Sudeste, Aral Moreira ao Sul, República do Paraguai a Sudoeste, Antônio João e Bela Vista a Oeste, Jardim e Guia Lopes da Laguna a Nordeste (URCHEI et al, 2002). Localizado-se na porção sul do Estado de Mato Grosso do Sul, entre as coordenadas, UTM 591.732/708.400E, 7.607.260/7.481.883N (KLAIS, et al. 2012).

Para este estudo, além de todo arcabouço teórico, contou com a análise de informações documentais. Sendo assim, fazemos um recorte, considerando a percepção que entrevistados têm sobre a IG.

A presente pesquisa consiste na coleta de dados junto a população da região fronteiriça residentes em Ponta Porã e cidades circunvizinhas, busca levantar dados a respeito do uso da IG e analisa-la como ferramenta de estímulo ao desenvolvimento da cadeia produtiva ervateira.

O questionário foi elaborado com 13 perguntas sobre o consumo da erva - mate e remetido a 108 pessoas via aplicativo Google Docs, essas pessoas foram escolhidas dentro de um grupo de contatos de forma aleatória, inclui produtores, dirigentes de indústrias e consumidores.

A abordagem da pesquisa é caracterizada como qualitativa, esta segundo Dias (2000) busca analisar as variáveis envolvidas em um fenômeno ou fato, a fim de explicá-los. Sendo esta realizada a partir da coleta de dados e correlacionando informações.

É considerada uma pesquisa descritiva, a partir de seus objetivos, porque visa descrever a pesquisa e os resultados obtidos desta, comparando os com a teoria e práticas do setor. Para Gil (2008) a pesquisa descritiva busca descrever os fatos ou fenômenos estabelecendo relações entre variáveis, sem que o pesquisador interfira. A grande contribuição das pesquisas descritivas é proporcionar novas visões sobre uma realidade já conhecida.

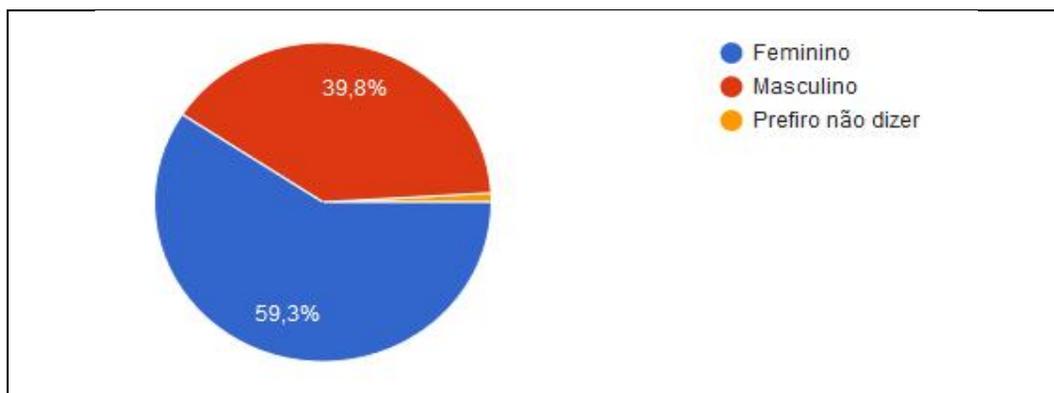
Os instrumentos utilizados para a coleta de dados foram a pesquisa bibliográfica e questionário estruturado. A pesquisa bibliográfica, visa encontrar as fontes primárias e secundárias e os materiais científicos necessários para a realização do trabalho técnico-científico já o questionário estruturado busca levantar dados de acordo com a percepção dos respondentes, o cruzamento desses dados resulta nas considerações finais.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este estudo procurou levantar dados a respeito do uso da IG na pretensão de analisa-la como ferramenta de estímulo ao desenvolvimento da cadeia produtiva ervateira.

De acordo com os resultados podemos observar que a maioria dos entrevistados foram do gênero feminino, o que pode indicar que a mulher além de ter uma maior preocupação com a qualidade dos produtos adquiridos é reponsável pela compra dos mesmos.

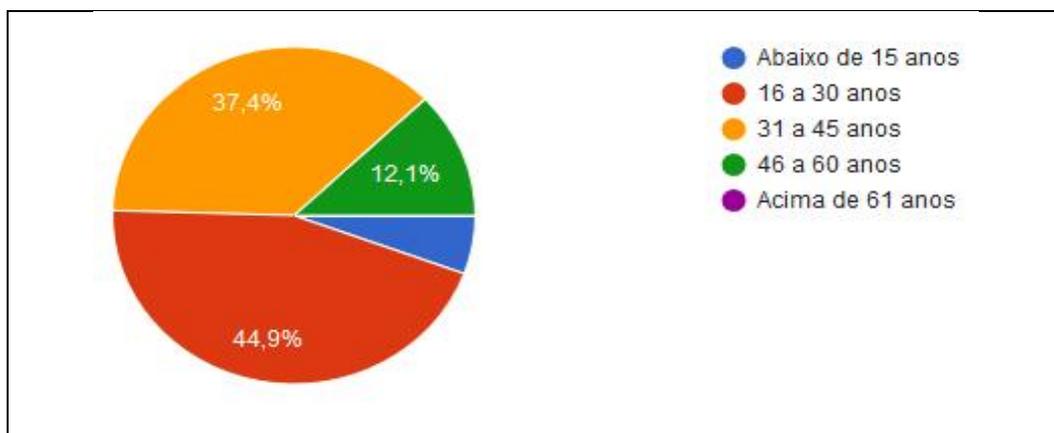
Gráfico 1: Gênero dos consumidores de erva mate de Ponta Porã – MS e cidades circunvizinhas



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Quanto a faixa etária dos entrevistados 44,9% possuem de 16 a 30 anos de idade, 37,4% possuem de 31 a 45 anos, 12,1% possuem entre 46 a 60 anos de idade e 5,6% estão abaixo dos 15 anos de idade, o que sugere um público jovem.

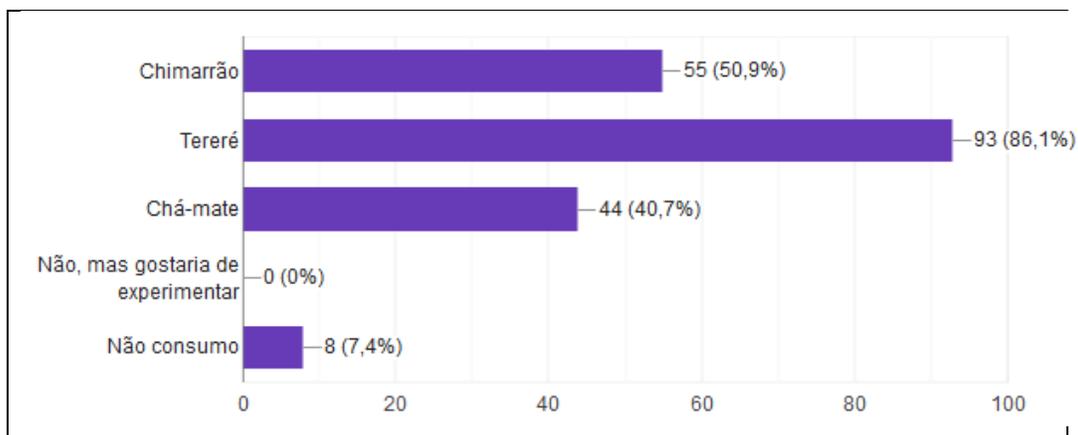
Gráfico 2: Idade/faixa etária dos consumidores de erva-mate



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Já os dados sobre as formas de consumo da erva-mate indicaram que a maioria dos entrevistados cerca de 86,1%, consomem a erva-mate sob a forma de bebidas como tereré, 50,9% o chimarrão e 40,7% consomem o chá-mate, deve-se levar em conta que os entrevistados podiam escolher mais de uma opção, o que evidencia um alto consumo sob mais de uma forma de industrialização da erva-mate, apenas 7,4% dos entrevistados não consomem nenhum tipo de processamento da erva-mate.

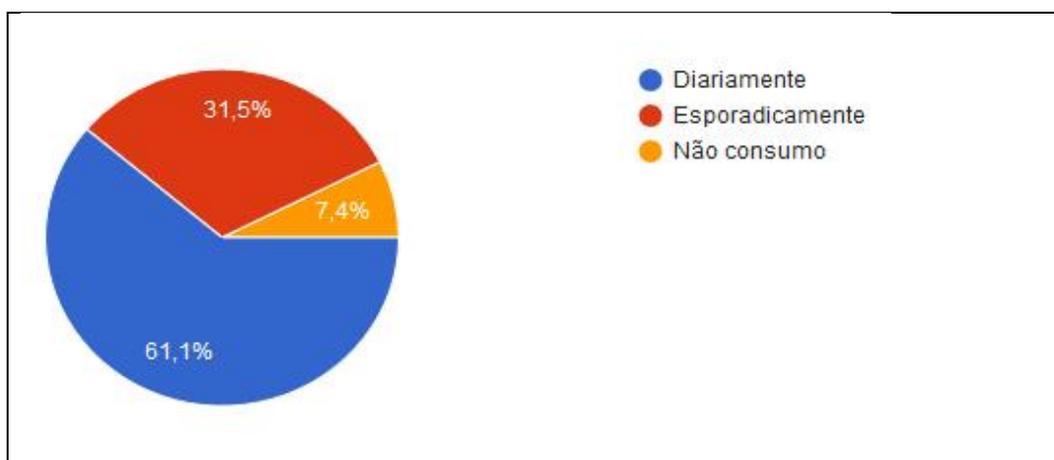
Gráfico 3: Formas de consumo da erva-mate dos consumidores de erva - mate



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Quando perguntados sobre a frequência do consumo da erva-mate, 61,15% disseram consumi-la pelo menos 3 vezes ao dia, o que corrobora para evidenciar o grande consumo na região de Ponta Porã e cidades circunvizinhas, isso se justifica pelo fato desse consumo ser um hábito cultural. Soma-se a isso a herança histórico-cultural brasileira, trazida pelas diversas etnias que compõem o país, e a biodiversidade dos biomas nacionais. (MENEGAZZO, 2015). Já 31,5% consomem esporadicamente de duas a três vezes por semana e os que não consomem são 7,4%.

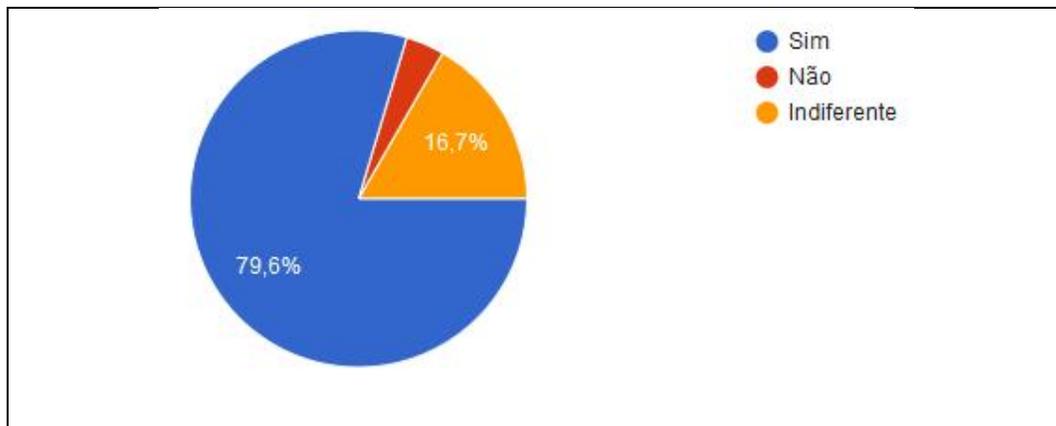
Gráfico 4: Frequência do consumo da erva-mate dos consumidores de erva mate em Ponta Porã - MS



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Sobre a preferência por marcas que contivessem selos relacionados a IG, responsabilidade social/preservação, preservação ambiental/promoção regional 79,6% dos entrevistados foram unânimes em afirmar que essa característica influenciaria na compra do produto, conforme aponta Silva (2010), a fim de atender à demanda de clientes internacionais, melhorar a imagem dos produtos junto aos clientes, atender à demanda de consumidores mais exigentes ou ainda agregar valor ao produto ou serviço surgem certificados ou selos de qualidade desenvolvidos por iniciativa do Estado e/ou do setor produtivo.

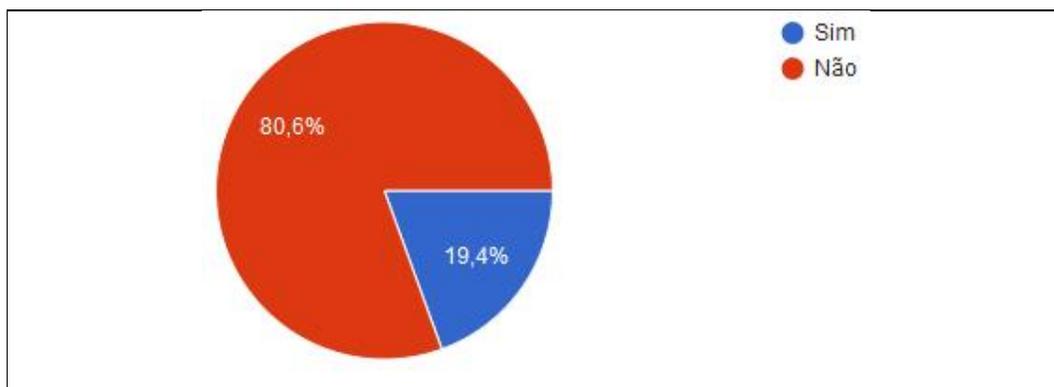
Gráfico 5: Preferência a marcas que contivessem selos relacionados a IG, responsabilidade social/preservação ambiental/promoção regional.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Embora o consumo da erva-mate seja considerado alto, cerca de 80,6% dos entrevistados não conhecem suas propriedades químicas, esse dado pode sugerir um trabalho de conscientização dos benefícios que o consumo diário pode trazer e consequentemente aumentar a comercialização. Importante evidenciar que, um dos principais constituintes das folhas de erva-mate utilizadas para chás são as metilxantinas, cafeína (0,7% a 2,3%), teobromina (0,3%) e traços de teofilina (SIMÕES, et al.; 2001), esses dados comprovam que a devida utilização da erva-mate colabora para a melhora do organismo já que, a ação da cafeína tem sido investigada como opção terapêutica em uma variedade de problemas relacionados à saúde e ao desempenho humano (SMIT e ROGERS, 2002).

Gráfico 6: Conhecimento das propriedades químicas da erva-mate segundo os consumidores indagados

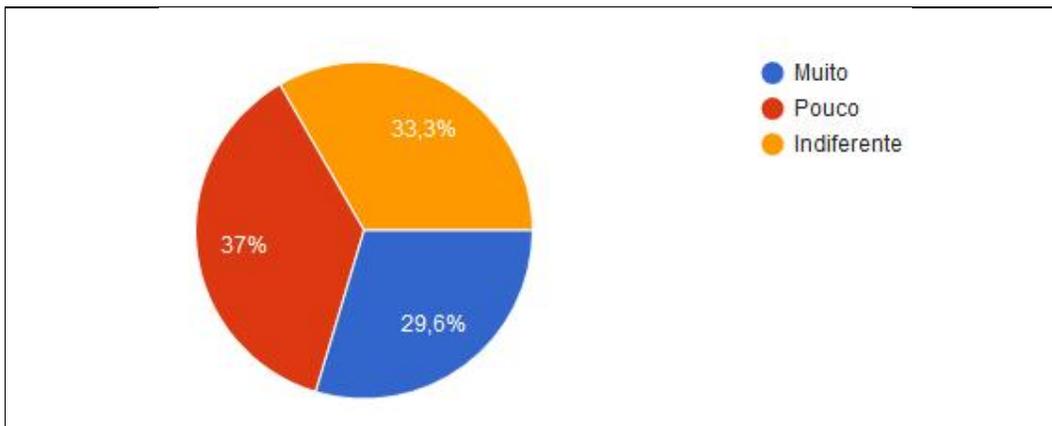


Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Quanto as questões históricas e culturais da erva-mate, se estas fossem destacadas em sua embalagem, 37% dos entrevistados afirmaram que essa informação teria pouca relevância sobre sua decisão de compra, 33,3% disseram que não faria diferença e 29,6% disseram que sua decisão de compra seria muito afetada no sentido de optarem por adquirir o produto caso os aspectos mencionados fossem evidenciados, Mascarenhas e Wilkinson (2013) indicam que a diversidade étnico- cultural, a grande extensão territorial do país, a riqueza de biomas e da biodiversidade, são elementos que impulsionam a diferenciação e a valorização de produtos típicos, seja em função de um saber fazer específico, como pela influência do meio onde são produzidos. Esses elementos oferecem um grande potencial de reconhecimento de IGs no Brasil.

Sendo assim entendemos que as questões históricas e culturais colaboram de forma positiva na decisão de compra do consumidor.

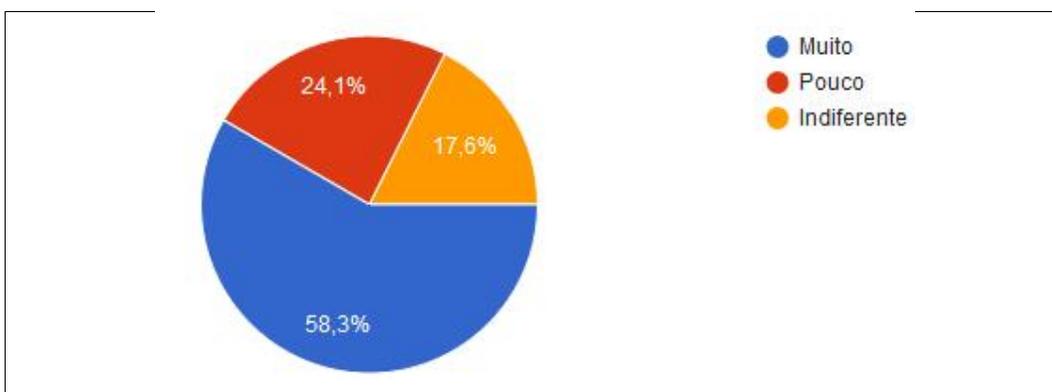
Gráfico 7: Influência na decisão de aquisição do produto se destacadas as questões históricas e culturais da erva-mate na embalagem do produto



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Em relação decisão em adquirir determinada marca de erva-mate que fosse certificada com a IG 58,35% concordam que dariam preferência a esses produtos. Há de se ressaltar que a IG é uma estratégia que pode ser vista como ferramenta capaz de beneficiar todos os produtores envolvidos em uma determinada região, CERDAN (2013) considera que os registros IGs são potenciais instrumentos de promoção da agricultura familiar, dada à possibilidade de qualificar e valorizar um produto, sobretudo em regiões que se destacam pela notoriedade desse produto e que necessitam desenvolver-se localmente.

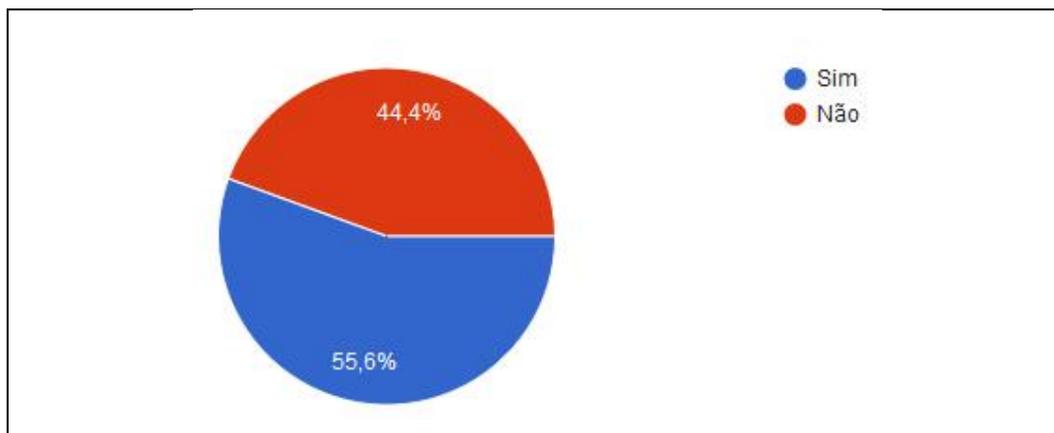
Gráfico 8: Decisão do consumidor em adquirir determinada marca de erva-mate caso a mesma fosse certificada com a IG.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Outra informação relevante é quanto ao conhecimento dos entrevistado sobre produtos com selos de identificação de origem onde 55,6% tem conhecimento desse fato e os outros 44,4% desconhecem essa informação. Quase a metade dos consumidores entrevistados desconhecem as informações sobre selos de indicação de origem em diferentes produtos, o que mostra necessidade de esclarecimento e divulgação do tema na região. Percebe-se, um aumento da valorização de produtos por sua qualidade, autenticidade, local de origem, entre outros, por parte do consumidor (LIKOUDIS et al., 2016), contudo há falta de conhecimento da importância desses selos, mais uma vez podemos deduzir que um trabalho de conscientização destes selos se faz necessário para agregação de valor a determinada marca e produto.

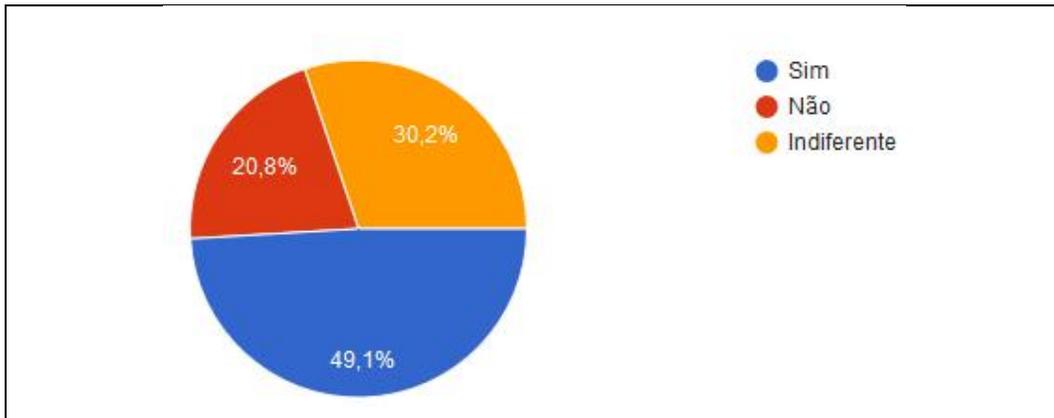
Gráfico 9: Nível de conhecimento sobre produtos com selos de identificação de origem.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Sobre a preferência a produtos com selos de identificação de origem os dados coletados apontam que 49,1% dos entrevistados têm preferência sobre esses produtos, esse é um dado que deve ser considerado. Segundo NIEDERLE (2012) e GIESBRECHT et al., (2014) as IGs proporcionam agregação de valor aos produtos, proteção da região produtora, proteção do saber-fazer tradicional e da herança histórico-cultural, além de proteger a região de ações oportunistas e falsificações.

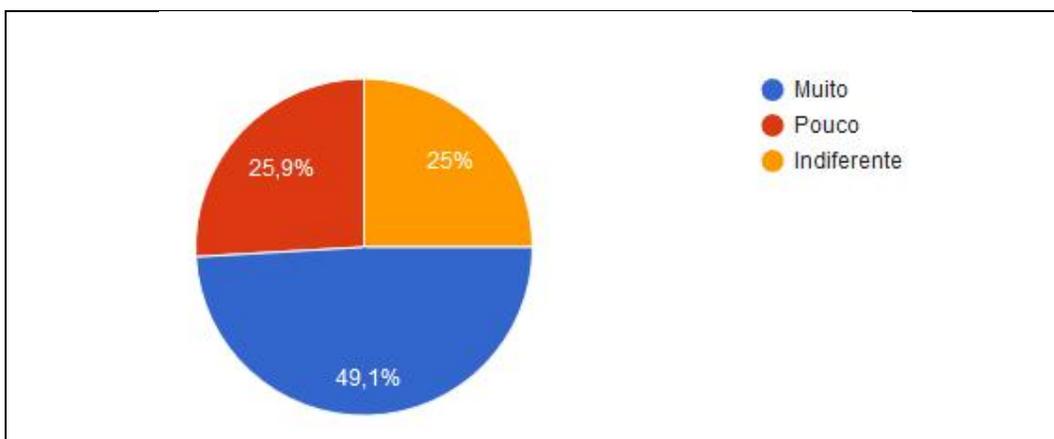
Gráfico 10: Nível de preferência a produtos com selos de identificação de origem (se estes existissem) dos consumidores de erva - mate



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Em se tratando da decisão de compra caso houvesse marcas de erva-mate comercializadas com selo de identificação da fronteira os dados apontam que 49,1% dos entrevistados optariam por adquirir esse produto e 25,9% seriam levemente tocados a adquiri-lo, isso indica que a maioria dos entrevistados reconhecem que a origem de um produto local o distingue dos demais e influencia em sua compra. Segundo CERDAN (2013), as IGs surgiram quando produtores e consumidores passaram a reconhecer que um determinado produto se distinguia dos demais, dada a sua ligação inerente às condições climáticas, culturais e o saber-fazer local.

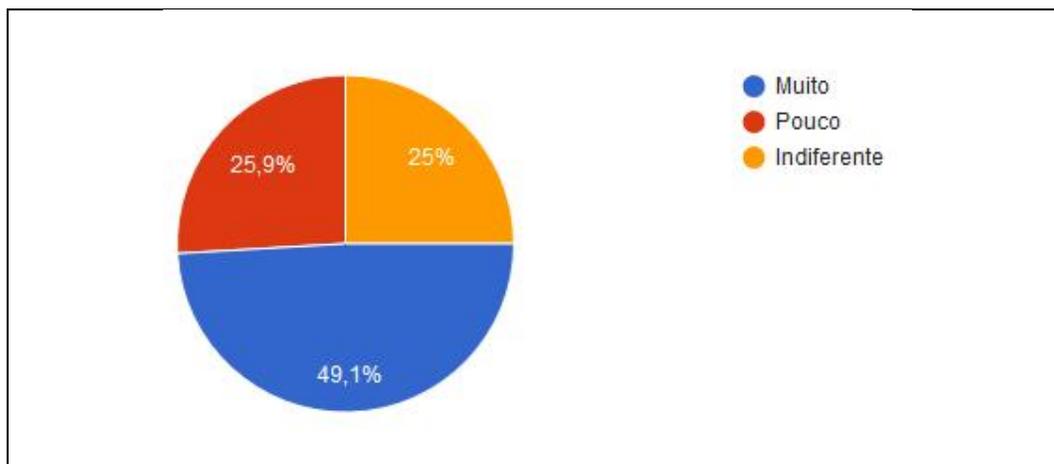
Gráfico 10: Nível de preferência a produtos com selos de identificação de origem (se estes existissem) dos consumidores de erva mate



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Da mesma forma os dados apontam que 49,1% dos entrevistados comprariam alguma marca de erva-mate se esta fosse comercializada com selo de certificação orgânica, produtos orgânicos já veem sendo muito procurados devidos as suas características livres de agrotóxicos, é sabido que muitos ervais são cultivados ainda em florestas, de forma natural, sob o sistema de sombreamento. Tomando como caso que a erva-mate obtida de ervais sombreados possui um melhor sabor quando comparada à produzida sob pleno sol, algumas indústrias dão preferência ou até exclusividade as folhas do tipo sombreada e/ou nativa para formação do blend comercial e, por isso, até pagando um pouco mais pela arroba do produto (CARON et al.; 2014).

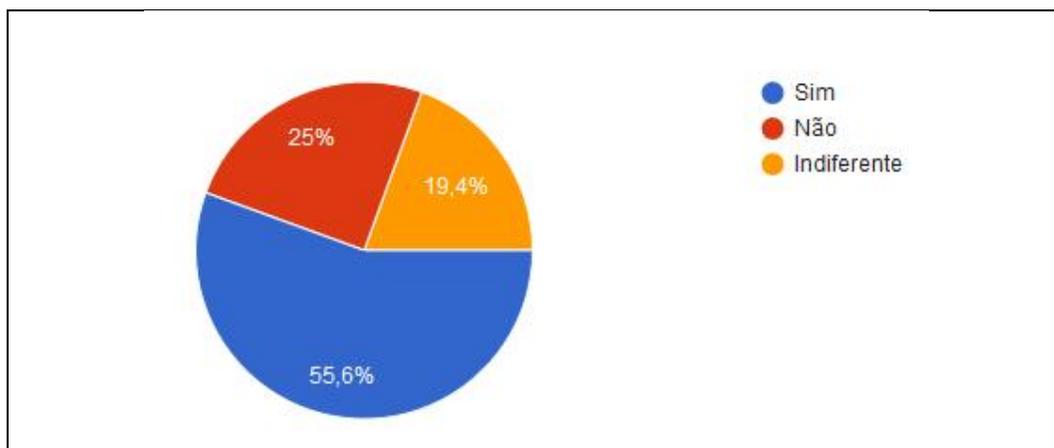
Gráfico 12: influência na decisão de aquisição do produto caso houvesse marcas de erva-mate comercializadas com selo de certificação orgânica.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

Em se tratando do índice de aceitação caso o produto certificado tivesse preço superior aos não certificados 55,6% afirmam que comprariam mesmo assim, esse dado indica que o consumidor presa não somente pelo preço mas pela qualidade e originalidade do produto. A percepção pela origem do produto proliferou no mercado globalizado, e estes consumidores estão dispostos a pagar um prêmio para consumir os produtos que tenham suas verdadeiras raízes e possuam a qualidade original ao invés dos produtos padronizados (CAFAGGI et al., 2012; LIKOURDIS et al., 2016).

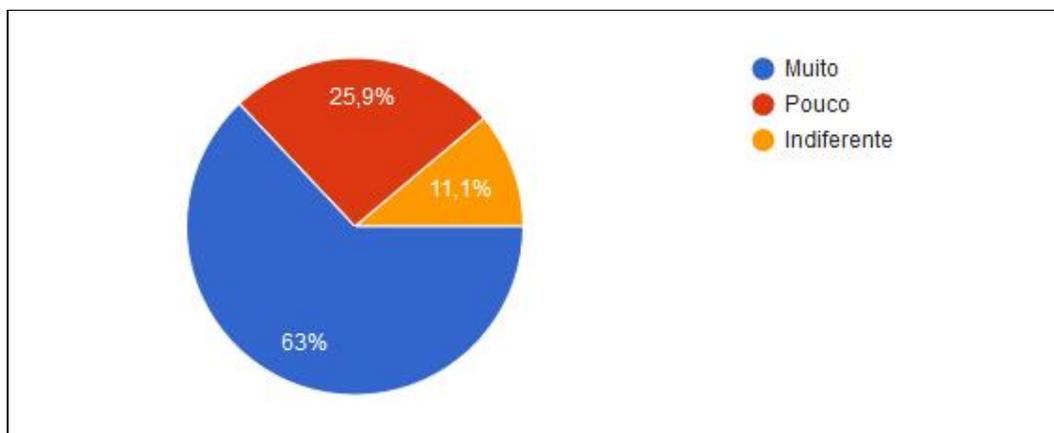
Gráfico 13: Índice de aceitação pelos consumidores de erva mate caso o produto certificado tivesse preço superior aos não certificados.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

A referida pesquisa revelou ainda que 63% dos entrevistados tem interesse em visitar e/ou conhecer pontos culturais e históricos relacionados à produção de erva-mate, apresenta-se aqui mais uma forma de desenvolvimento regional, a valorização e conhecimento da cultura pela população local, há de se pensar em estratégias de resgate cultural e valorização da cultura local. A revitalização de pontos turísticos enriquecem a IG, segundo REQUIER-DESJARDINS (2007), essas ações, se mais bem articuladas e coordenadas, poderão fortalecer o sentimento de pertencimento ao território, contribuindo para o desenvolvimento deste, na medida em que o ativa e proporciona o fomento da economia local como um todo.

Gráfico 14: Interesse em visitar e/ou conhecer pontos culturais e históricos relacionados à produção de erva-mate.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos resultados da pesquisa.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, no Brasil já é uma realidade o fato dos consumidores estarem buscando por produtos de qualidade e que se constituam de referenciais de sua origem, é certo que fatores para que um produto adquira certa notoriedade estão relacionados com o local de produção, em função do apelo histórico, solo, do clima, da forma de produção, colheita, ou com outras características que lhe confirmam um diferencial. Essas características se tornam ferramentas que atribuem valor a esses produtos, o que pode gerar maior retorno financeiro aos indivíduos envolvidos, com possíveis impactos no desenvolvimento regional. Sendo assim cada vez mais selos e certificados estão sendo atribuídos a produtos ressaltando suas qualidades, modo de serem produzidos, colaboração com meio ambiente, promoção social e indicações de origem.

Pelos resultados observados é possível verificar que há um alto consumo de erva-mate na fronteira do Brasil com o Paraguai, mais precisamente na região de Ponta Porã e cidades circunvizinhas, o que é uma ótima opção de renda para a região. Além disso, podemos sugerir que marcas que valorizem a história, o meio ambiente e o desenvolvimento regional são mais bem aceitas pelos consumidores, há um apelo regional evidenciado.

Por fim, a valorização do setor ervateiro na região estudada, através do uso de selos de Identificação Geográfica (IG) como ferramenta impulsionadora de desenvolvimento regional, se mostra viável pois poderia tornar a região reconhecida como produtora além de agregar valor ao produto, ficou evidenciando que população local daria prioridade a produtos com IG, o que demonstra uma satisfação em consumir algo que é proveniente do seu lugar de origem. Contudo observou-se que a IG é uma realidade ainda não explorada, mas que pode contribuir agregando valor ao produto erva-mate, bem como ao seu resgate histórico, econômico e cultural

REFERÊNCIAS

BARCELLOS, J.O.J.; ABICHT, A.M.; BRANDÃO, F.S.; CANOZZI, M.E.A.; COLLARES, F.C. Consumer perception of Brazilian traced beef. *Revista Brasileira de Zootecnia*, Viçosa, v.41, n.3, p.771-774, 2012.

BECKER, Bertha K. *Amazônia. Ática*: São Paulo, 1990.

BIANCHINI, Odaléa da Conceição Deniz. A Companhia Matte Larangeira e a ocupação da terra do sul de Mato Grosso (1880-1940). Campo Grande: Ed. UFMS, 2000.

BOECHAT, A. M. F.; ALVES, Y. B. O uso da Indicação Geográfica para o Desenvolvimento Regional: o caso da carne do Pampa Gaúcho. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA CESUMAR (EPCC), 2011, Maringá. *Anais eletrônicos...* Maringá: Cesumar, 25 a 28 out. 2011.

BONA, E. A. M.; PINTO, F. G. S.; BORGES, A. M. C.; WEBERD, L, C.; FRUETE, T. K.; ALVESF, L. F. A.; MOURAG, A. C. Avaliação da Atividade Antimicrobiana de Erva-Mate (*Ilex paraguariensis*) sobre Sorovares de *Salmonella* spp. de Origem Avícola. *Ciencias Biologicas e da Saude*. v. 12, n. 3, 45-48p., 2010.

BRACESCO, N.; SANCHEZ, A. G.; CONTRERAS, V.; MENINI, T.; GUGLIUCCI, A. Recent advances on *Ilex paraguariensis* research: Minireview. *Journal Of Ethnopharmacology*, v. 136, n. 3, p.378-384, 2011.

CAFAGGI, F. et al. Accessing the global value chain in a changing institutional environment: comparing aeronautics and coffee. *IDB Working Paper*, series-370, 2012.

CARON, Braulio Otomar et al. BIOMASSA E ACÚMULO DE NUTRIENTES EM *Ilex paraguariensis* A. St. Hil. **Ciênc. Florest.**, Santa Maria, v. 24, n. 2, p. 267-276, jun. 2014. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1980-50982014000200267&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 08 dez. 2018. <http://dx.doi.org/10.5902/1980509814565>.

CARVALHO, Paulo E. R. Espécies florestais brasileiras. Colombo: Embrapa Florestas, 2017.

CATANDUVAS. Benefícios da erva mate, 2018. Disponível em: <http://www.catanduvras.com/erva-mate/>. Acesso em 24 de novembro de 2018.

CERDAN, C. Indicações geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial. In: **NIEDERLE**, P. A. (Org.). *Indicações geográficas: qualidade e origem dos mercados alimentares*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013. Parte II, p. 125-50.

CHECHI, L. A.; **SCHULTZ**; G.; **FERRPNATTO**, E. M. O.; **MONTAGNER**, J. M. Ativos territoriais e desenvolvimento: estudo da articulação pela indicação geográfica da erva mate no polo ervateiro alto taquari - RS. *Estratégia e Desenvolvimento*, Santana do Livramento, v. 1, n. 1, p. 16-34, 2017. Disponível em: <http://seer.unipampa.edu.br/index.php/red/article/view/17258>. Acesso em 24 de novembro de 2018.

GERHARDT, Marcos. História ambiental da erva-mate. 2013. 290 p. f. Tese (Doutorado em História Cultural) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/107480/318857.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 24 de novembro 2018.

GERHARDT, Marcos; **NODARI**, Eunice S. Patrimônio Ambiental, História e Biodiversidade. *Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science*, v. 5, n. 3, p. 54-71, 2016. Disponível em: <<http://revistas.unievangelica.edu.br/index.php/fronteiras/article/view/1902>>. Acesso em: 24 novembro de 2018.

GIESBRECHT, H. O. et al. *Indicações geográficas brasileiras*. Brasília: SEBRAE/INPI, 2014.

KLAIS, Thalita Beatriz Antunes et al. Vulnerabilidade natural e ambiental do município

de Ponta Porã, Mato Grosso do Sul, Brasil. **Rev. Ambient. Água**, Taubaté, v. 7, n. 2, p. 277-290, June 2012.

LIKOUDIS, Z. et al. Consumers' intention to buy protected designation of origin and protected geographical indication foodstuffs: the case of Greece. *International Journal of Consumer Studies*, v. 40, n. 3, p. 283-9, maio 2016.

LORENZI, Harri. Árvores Brasileiras: Manual de Identificação e Cultivo de Plantas Arboóreas Nativas do Brasil. vol.1, 3ª ed. Nova Odessa, SP: Instituto Plantarum, 2012.

MARTINS, S. R. O. Desenvolvimento local: questões conceituais e metodológicas. *Interações*, Campo Grande, v. 3, n. 5, p. 51-59, Set. 2002.

MASCARENHAS, Gilberto C. C. Agregação de Valor a Produtos Agrícolas Através de Signos Distintivos de Qualidade: Convergências entre Brasil e França. Rio de Janeiro, 2010. Proposta de Pesquisa de Pós -Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2010.

MENEGAZZO, Márcio Alexandre Diório. Implantação de indicações geográficas (ig): caso da indicação de procedência “maracaju” para o produto linguíça.

PERETTI, Ana Paula de Rezende; **ARAÚJO**, Wilma Maria Coelho. Abrangência do requisito segurança em certificados de qualidade da cadeia produtiva de alimentos no Brasil. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 17, n. 1, p. 35-49, 2010. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2010000100004&lng=en&nrm=iso>. Access on 24 Nov. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X2010000100004>.

PIMENTEL, L. O. Os desafios dos aspectos legais na prática de estruturação das Indicações Geográficas. In: DALLABRIDA, V. R. (Org.). *Território, identidade territorial e desenvolvimento regional: reflexões sobre Indicação Geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial*. São Paulo: LiberArs, 2013. p. 135-143.

POPPER KR. *A lógica da pesquisa científica.* São Paulo, Cultrix, 1974.

REQUIER-DESJARDINS, D. Systèmes agroalimentaires localisés et qualification: une relation complexe. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL. Anais... Florianópolis, Brasil, 2007. p. 12.

SILVA, Vanessa Gomes da; PARDINI, Andrea Fonseca. Contribuição ao entendimento da aplicação da certificação LEED TM no Brasil com base em dois estudos de caso. **Ambient. constr.**, Porto Alegre, v. 10, n. 3, p. 81-97, set. 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-86212010000300006&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 08 dez. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-86212010000300006>.

SMIT, H. J.; ROGERS, P. J., Effects of energy drinks on mood and mental performance: critical methodology, *Food Qual Pref.* v.13: p.317-326. 2002.

VALDUGA, E. 1994. Caracterização estrutural e Química da Erva-mate (*Ilex paraguariensis* St. Hill) e de espécies utilizadas na adulteração. Curitiba : s.n., 1994.

VIDOR, M. A.; RUIZ, C. P.; MORENO, S. V.; FLOSS, P. A. Marcadores moleculares em estudos de caracterização de erva-mate (*Ilex paraguariensis* St. Hil.): o sabor. *Ciência Rural*, Santa Maria, v. 32, n. 03, p. 415-420, 2002.