

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS PALMEIRA DAS MISSÕES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS**

Luiz Paulo Pizolotto dos Santos

**ANÁLISE DA PRODUÇÃO E CONSUMO DE ERVA-MATE
NO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES – RS**

Palmeira das Missões, RS
2018

Luiz Paulo Pizolotto dos Santos

**ANÁLISE DA PRODUÇÃO E CONSUMO DE ERVA-MATE
NO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES – RS**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Agronegócios da Universidade Federal de Santa Maria (PPGAGR/UFSM) *campus* Palmeira das Missões/RS, como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre em Agronegócios**.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Joreci Flores

Palmeira das Missões, RS
2018

Santos, Luiz Paulo Pizolotto dos
Análise da Produção e Consumo de Erva-Mate no município
de Palmeira das Missões - RS / Luiz Paulo Pizolotto dos
Santos.- 2018.
114 p.; 30 cm

Orientador: Antônio Joreci Flores
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Maria, Campus de Palmeira das Missões, Programa de Pós
Graduação em Agronegócios, RS, 2018

1. Produção 2. Consumo 3. Erva-Mate I. Flores, Antônio
Joreci II. Título.

Luiz Paulo Pizolotto dos Santos

**ANÁLISE DA PRODUÇÃO E CONSUMO DE ERVA-MATE
NO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES – RS**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Agronegócios, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), Campus de Palmeira das Missões, RS, como requisito parcial para obtenção de título de **Mestre em Agronegócios**.

Aprovado em 10 de outubro de 2018:

Antônio Joreci Flores, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Luciane Dittgen Miritz, Dra. (UFSM)

Cláudia Cristina Wesendonck, Dra. (UERGS)

Palmeira das Missões, RS
2018

DEDICATÓRIA

*A Micheli de Souza, minha companheira de vida, por todo amor, parceria, incentivo e por acreditar junto comigo na possibilidade de realizar mais este sonho.
Teu apoio foi fundamental, durante estes dois anos de mestrado.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pelo dom da vida e por iluminar minha caminhada até a conquista do título de Mestre em Agronegócios. Sem a luz divina, jamais alcançaria este objetivo.

Aos meus pais, Sr. Paulo Roberto e Sra. Maria Inês! Mesmo distantes, sentia que vocês estavam juntos comigo em todos os momentos. Obrigado por todo incentivo, amor, orações e pensamentos positivos.

A minha namorada Micheli! Companheira para todas as horas. Agradeço de coração por estar sempre ao meu lado, por dar-me todo o apoio necessário. Obrigado por acreditar junto comigo que era possível tornar-me Mestre em Agronegócios. Posso resumir tudo em apenas uma palavra: Gratidão!

A minha irmã Sinara e meu cunhado Harry! Agradeço por todo apoio e torcida para a realização deste sonho.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

Ao Doutor e professor orientador, Antônio Joreci Flores! Agradeço pela confiança, contribuição e por acreditar junto que ficaria um bom trabalho.

Aos que partiram desta vida! Familiares, amigos, pessoas muito especiais. Onde quer que estejam, deixo registrada a minha singela homenagem e agradecimento a vocês!

Aos professores, servidores e colegas da UFSM, Campus Palmeira das Missões, RS. Obrigado por todo o aprendizado em conjunto. Tudo isso será de grande valor para a vida!

Aos amigos que Palmeira das Missões me proporcionou conhecer, seja pela universidade, pela música, pela vizinhança, pelas festas, pelo trabalho. Obrigado pela amizade que construímos!

Aos participantes do estudo através dos questionários e aos responsáveis pelas ervateiras que colaboraram através das entrevistas! Obrigado pela oportunidade, confiança e por colaborarem na realização deste trabalho.

Enfim, MUITO OBRIGADO a todos vocês por acreditarem junto comigo seria possível a realização deste sonho!

Antes de cevar um autêntico chimarrão, lembre-se que há muito trabalho por trás do verde da seiva e não há sentido em sorver um mate com erva sem qualidade ou com água que não esteja no ponto.

(Luiz Paulo Pizolotto dos Santos)

RESUMO

ANÁLISE DA PRODUÇÃO E CONSUMO DE ERVA-MATE NO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES - RS

AUTOR: Luiz Paulo Pizolotto dos Santos

ORIENTADOR: Antônio Joreci Flores

Ao considerar o destaque da erva-mate no contexto histórico do município de Palmeira das Missões – RS, atualmente considerado como berço da erva-mate, este estudo teve como objetivo geral analisar a produção e o consumo de erva-mate no referido município, além de identificar o perfil dos ervateiros e consumidores, conhecer os principais benefícios e adversidades, analisar oferta e demanda de erva-mate em Palmeira das Missões – RS, além de descrever as principais preferências do consumidor final. A realização deste estudo motivou-se pela busca de maiores informações sobre o setor ervateiro, com o intuito de responder quais os impactos que são encontrados na atividade ervateira, no contexto da economia (oferta e demanda) no município de Palmeira das Missões – RS. A erva-mate (*Ilex Paraguariensis*) passou a ser pesquisada na América do Sul no ano de 1800, quando passaram a serem conhecidos seus benefícios. Historicamente, a erva-mate já foi produto destaque para a economia brasileira, principalmente no início do século XIX. Seu destaque produtivo registrou-se no Rio Grande do Sul, porém com o passar dos anos percebeu-se uma expansão na agricultura, o que faz os ervateiros importar o produto in natura do estado do Paraná, por exemplo. Em relação à metodologia, definiu-se a estratégia deste estudo como explicativa e bibliográfica, realizada a partir do método de abordagem qualitativa com dados quantitativos, a partir de onde se explicam as análises da produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS, embasadas pela teoria da produção e pela teoria do consumidor. A partir das análises de questionários e entrevistas semi-estruturadas percebeu-se que as ervateiras do município têm seu foco produtivo voltado basicamente para atender o mercado interno e que os consumidores tem entre suas preferências a qualidade do produto. A partir deste estudo, foi possível responder todos os objetivos propostos e compreender a temática da erva-mate no território de Palmeira das Missões – RS.

Palavras-chave: Produção. Consumo. Erva-mate.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE PRODUCTION AND CONSUMPTION OF ERVA-MATE IN THE MUNICIPALITY OF PALMEIRA DAS MISSÕES - RS

AUTHOR: Luiz Paulo Pizolotto dos Santos

ADVISOR: Antônio Joreci Flores

When considering the highlight of the yerba mate in the historical context of the municipality of Palmeira das Missões - RS, currently considered as the cradle of the yerba mate, this study had as general objective to analyze the production and consumption of yerba mate in the mentioned municipality, besides to identify the profile of the herbalists and consumers, to know the main benefits and adversities, to analyze the supply and demand of yerba mate in Palmeira das Missões - RS, besides describing the main preferences of the final consumer. This study was motivated by the search for more information about the herbivory sector, with the purpose of answering the impacts that are found in the ervateira activity, in the context of the economy (supply and demand) in the municipality of Palmeira das Missões - RS. The yerba mate (*Ilex Paraguariensis*) began to be researched in South America in the year 1800, when its benefits became known. Historically, yerba mate has been a prominent product for the Brazilian economy, especially in the early nineteenth century. Its productive prominence was registered in Rio Grande do Sul, but with the passage of the years an expansion in the agriculture was noticed, what makes the ervateiros import the product in natura of the state of Paraná, for example. In relation to the methodology, the strategy of this study was defined as explanatory and bibliographical, based on the method of qualitative approach with quantitative data, from which the analysis of the production and consumption of yerba mate in the municipality of Palmeira das Missões - RS, based on production theory and consumer theory. Based on the analysis of questionnaires and semi-structured interviews, it was noticed that the herbariums of the municipality have their productive focus basically geared to serving the domestic market and that consumers have among their preferences the quality of the product. From this study, it was possible to answer all the proposed objectives and to understand the theme of the yerba mate in the territory of Palmeira das Missões - RS.

Keywords: Production. Consumption. Mate herb.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Elementos do agronegócio	23
Figura 2 - Mapa dos polos ervateiros do Rio Grande do Sul	31
Figura 3 - Curva da oferta.....	37
Figura 4 - Curva da demanda	40
Figura 5 - Equilíbrio de mercado.....	41
Figura 6 - Mapa do Rio Grande do Sul	47
Figura 7 - Mapa do município de Santo Antônio da Palmeira em 1874	48

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - PIB do agronegócio brasileiro	25
Tabela 2 - Participação do PIB do agronegócio no PIB Brasil	26
Tabela 3 - Gênero da população amostral	65
Tabela 4 - Faixa etária da população amostral	65
Tabela 5 - Renda familiar da população amostral	66
Tabela 6 - Escolaridade da população amostral	66

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - 10 municípios do RS em maior área plantada de erva-mate	33
Quadro 2 - 10 municípios do RS com maior quantidade de erva-mate produzida	34
Quadro 3 - Fatores que influenciam o comportamento do consumidor	39
Quadro 4 - Dados das ervateiras colaboradoras do estudo.....	52
Quadro 5 - Mão de obra nas ervateiras colaboradoras do estudo.....	53
Quadro 6 - Matéria-prima nas ervateiras colaboradoras do estudo	54
Quadro 7 - Transporte nas ervateiras colaboradoras do estudo.....	56
Quadro 8 - Produção nas ervateiras colaboradoras do estudo.....	57
Quadro 9 - Comercialização nas ervateiras colaboradoras do estudo	59
Quadro 10 – Políticas públicas nas ervateiras colaboradoras do estudo	61
Quadro 11 – Preço nas ervateiras colaboradoras do estudo.....	62

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Preferência de produto para consumo	67
Gráfico 2 - Faixa etária que o respondente passou a consumir chimarrão	68
Gráfico 3 - Como considera o ato de tomar chimarrão.....	69
Gráfico 4 - Consumo semanal de erva-mate/chimarrão.....	70
Gráfico 5 - Quantidade mensal de erva-mate consumida	71
Gráfico 6 - Frequência que toma chimarrão em apenas um dia	72
Gráfico 7 - Visitou alguma ervateira	73
Gráfico 8 - Estabelecimento onde adquire erva-mate	74
Gráfico 9 - Substituição da erva-mate por outro produto.....	75
Gráfico 10 - Forma de armazenagem da erva-mate	76
Gráfico 11 - Preferência quanto ao tipo de erva-mate para consumo	77
Gráfico 12 - Principal consideração dos consumidores na compra de erva-mate	78
Gráfico 13 - Avaliação da qualidade da erva-mate de Palmeira das Missões - RS	79
Gráfico 14 - Preço geralmente pago por 1kg de erva-mate	80
Gráfico 15 - Como considera o preço da erva-mate atualmente	81
Gráfico 16 - O consumo de erva-mate/chimarrão é benéfico à saúde	82
Gráfico 17 - Conheço os processos utilizados na fabricação de erva-mate.....	83
Gráfico 18 - Consumo erva-mate produzida em Palmeira das Missões - RS	85
Gráfico 19 - A marca da erva-mate influencia a decisão de compra	86
Gráfico 20 - As informações da embalagem são importantes para a compra	87
Gráfico 21 - A durabilidade é importante para a minha decisão de compra.....	88
Gráfico 22 - A qualidade da erva-mate é importante para a compra.....	89
Gráfico 23 - O estabelecimento fica próxima da residência	90
Gráfico 24 - Considero o preço para definir o estabelecimento onde adquirir erva-mate	92
Gráfico 25 – Quando o preço da erva-mate aumenta, reduzo o consumo.....	93

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CEPEA	Centro de Estudo Avançados em Economia Aplicada
PIB	Produto Interno Bruto
PFNMs	Produtos Florestais Não Madeireiros
RS	Rio Grande do Sul
UFSM	Universidade Federal de Santa Maria
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
UERGS	Universidade Estadual do Rio Grande do Sul

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 ROTEIRO DO ESTUDO.....	20
2 REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1 AGRONEGÓCIO.....	21
2.1.1 PIB do agronegócio e sua participação no PIB Brasileiro.....	25
2.1.2 Agronegócio no Rio Grande do Sul.....	27
2.2 PROCESSO HISTÓRICO E CADEIA PRODUTIVA DA ERVA-MATE NO RS	29
2.3 TEORIA DA PRODUÇÃO	35
2.4 TEORIA DO CONSUMIDOR.....	38
3 METODOLOGIA	42
3.1 CLASSIFICAÇÃO DO ESTUDO	42
3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	43
3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA	44
4 ANÁLISES E DISCUSSÕES	47
4.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES – RS	47
4.2 CARACTERIZAÇÃO DAS ERVATEIRAS DE PALMEIRA DAS MISSÕES – RS	51
4.2.1 Dados das ervateiras	52
4.2.2 Mão de obra	53
4.2.3 Matéria-prima	54
4.2.4 Transporte	56
4.2.5 Produção	57
4.2.6 Comercialização	59
4.2.7 Políticas Públicas para as ervateiras	60
4.2.8 Preço	62
4.3 PERFIL DOS CONSUMIDORES DE ERVA-MATE EM PALMEIRA DAS MISSÕES - RS.....	64
4.4 DEMANDA DE ERVA-MATE EM PALMEIRA DAS MISSÕES - RS	67
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
REFERÊNCIAS	98
APÊNDICE A – ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA PARA SER APLICADA AOS RESPONSÁVEIS PELAS ERVATEIRAS LOCALIZADAS NO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES - RS.....	105
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO A SER APLICADO AOS CONSUMIDORES DE ERVA-MATE NO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES - RS	107
ANEXO	109

1 INTRODUÇÃO

O agronegócio é um dos principais segmentos responsáveis pelo crescimento econômico do Brasil. Segundo o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada – CEPEA (2017), no decorrer dos últimos anos, o crescimento econômico do país conta com o apoio do agronegócio. No ano de 2015, a participação deste segmento no PIB total do Brasil foi de aproximadamente 18% e no ano de 2016, foi registrado um crescimento estimado de 2% no PIB do agronegócio brasileiro. (CEPEA, 2017).

O segmento do agronegócio pode ser difundido através de cadeias produtivas que são consideradas como um conjunto de fases que abrangem desde a produção até o consumidor final que também podem ser definidas como: “antes da porteira”, “dentro da porteira” e “após a porteira”.

Uma cadeia de produção agroindustrial nem sempre possui uma fácil divisão e pode apresentar variações de acordo com o produto e o objetivo de análise, mas pode ser apresentada de montante à jusante, separada em macros segmentos como: comercialização, industrialização e produção de matérias-primas (BATALHA; SILVA, 2007). Em relação ao agronegócio, o termo jusante, refere-se à parte posterior de um determinado processo (pós-porteira) enquanto montante refere-se à pré-porteira.

Entre as diferentes atividades produtivas que podem ser estudadas no ramo do agronegócio, realizou-se uma análise através das ervateiras localizadas no município de Palmeira das Missões - RS, referente à produção e consumo de erva-mate, e este é um dos produtos que integra o grupo dos Produtos Florestais Não-Madeireiros (PFNMs).

Conforme Wendling, Dutra e Grossi (2007), a erva-mate já foi um dos principais produtos a contribuir com a economia do país, principalmente no início do século XIX quando era o segundo produto mais exportado pelo Brasil, mas ainda assim desempenha importante papel na economia da Região Sul do país e é utilizada de diferentes maneiras,, tanto para consumo quanto na indústria química e farmacêutica.

A erva-mate é uma matéria-prima consumida principalmente na Região Sul do Brasil, especificamente no estado do Rio Grande do Sul, em decorrência de um

costume local que os habitantes possuem de tomar o chimarrão, que é uma bebida típica do estado, onde se utiliza a erva-mate já processada para o seu preparo.

De acordo com Ferrari (2004), a erva-mate que ficou denominada como “*ilex paraguariensis*” ou “*ilex mate*”, passou a ser pesquisada na América do Sul a partir do ano de 1800 pelo naturalista francês Aguste de Saint Hilaire (St. Hil) e, desde então passaram a ser conhecidos os seus benefícios e propriedades como alimento nutritivo e estimulante.

De acordo com Antoniazzi (2013), a produção de erva-mate destaca-se historicamente no estado do Rio Grande do Sul, porém registrou uma redução devido à expansão da agricultura, e passou a ter a necessidade de ter que importar a matéria-prima do estado vizinho de Santa Catarina e também do Paraná.

Dos 497 municípios que compõem o estado do Rio Grande do Sul, o município de Palmeira das Missões – RS, que é objeto de estudo, registrou em 2016, a terceira maior produção de erva-mate (em toneladas) no referido estado, quando totalizou 21.000 toneladas, o que representa 7,1% da produção do estado naquele ano (IBGE, 2017).

Mesmo com significativa produção de erva-mate no Estado do Rio Grande do Sul, poucas informações são encontradas no que se refere à produtividade e comercialização do produto. Desta forma, a problemática da pesquisa está relacionada à busca de informações da atividade ervateira, tanto em dados qualitativos quanto quantitativos, na questão de produção e comercialização do produto e assim, buscar-se-á responder: quais os impactos que são encontrados na atividade ervateira, no contexto da economia (oferta e demanda) no município de Palmeira das Missões – RS?

Sabe-se que mesmo com registros de vendas para o mercado regional e estadual, a erva-mate produzida no município de Palmeira das Missões – RS, destina-se basicamente para o mercado interno e a partir deste estudo, se analisará o comportamento dos produtores e consumidores, através de análises microeconômicas.

A microeconomia é utilizada para explicar as decisões econômicas, sejam elas tomadas pelo próprio consumidor ou então pelo produtor como forma de investimento, ou seja, a partir deste ramo da economia, pode-se explicar, por exemplo, como o preço do produto e a renda do consumidor podem interferir na sua escolha (PINDYCK; RUBINFELD, 2010).

Neste estudo, foi utilizada a Teoria do Consumidor para atender os objetivos específicos voltados aos consumidores de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS, enquanto a Teoria da Produção embasou análises voltadas às ervateiras do referido município.

De acordo com Oliveira (2008) os consumidores são fundamentais no mercado e responsáveis pelo aumento da concorrência entre as empresas que disputam clientes e apresentam produtos para atender variáveis específicas como gosto, prestígio, função, etc. Nos resultados deste estudo foram analisadas as principais variáveis responsáveis pela tomada de decisão dos consumidores ao adquirem a erva-mate. De modo geral, o consumo pode estar relacionado diretamente à renda, atividade profissional ou outros tipos de lazer (OLIVEIRA, 2008).

Em relação à Teoria da Produção, esta foi utilizada para descrever as condições necessárias para que os lucros possam ser maximizados ou de forma inversa, que os custos possam ser minimizados (DOLL; ORAZEM, 1984). No presente estudo, esta teoria foi voltada para as análises em relação às ervateiras, principalmente para identificar a relação da produção de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS com a demanda pelo produto final.

Para obterem-se os resultados deste estudo, foram definidos o objetivo geral e os objetivos específicos que facilitam a compreensão do assunto que será explanado. Ao considerar o processo histórico e cultural da erva-mate no município em estudo, o objetivo geral foi: analisar a produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS.

Para facilitar a compreensão das análises realizadas, foram definidos os objetivos específicos:

- Identificar o perfil dos ervateiros e consumidores de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS;
- Conhecer os principais benefícios e adversidades apontadas pelos consumidores do mercado local e ervateiros do município;
- Analisar a oferta e demanda de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS;
- Descrever as principais preferências dos consumidores finais da erva-mate no referido município.

Este estudo justifica-se, em razão do município de Palmeira das Missões – RS ser um dos municípios com maior produção de erva-mate no estado do Rio Grande do Sul, porém percebe-se que faltam informações sobre o mercado ervateiro, tanto para os produtores quanto aos consumidores finais do produto.

Anteriormente, Antoni (1999) já citava que as ervateiras do Rio Grande do Sul tinham perspectivas de crescimento, porém encontravam entraves pela falta de dados elaborados e estudos sistematizados que poderiam possibilitar o desenvolvimento do setor, desta forma, o estudo se justifica pela busca de informações, que podem contribuir com os ervateiros a fim de melhorar sua visão de mercado perante as preferências dos consumidores.

Após o processamento da matéria-prima da erva-mate, o produto final processado em Palmeira das Missões – RS tem praticamente um único destino que é atender a demanda interna dos consumidores, o que provoca uma competição de mercado entre as ervateiras locais. Assim, o presente estudo se justifica no âmbito pessoal, pela busca do conhecimento associado à análise da produção e consumo de erva-mate no referido município.

A escolha da erva-mate para realização do estudo deve-se à importância histórica/cultural do produto para o Rio Grande do Sul. Com a transformação da matéria-prima da erva-mate, se possibilita o preparo do chimarrão que é uma bebida típica do estado, considerada uma bebida símbolo do Rio Grande do Sul, conforme lei estadual nº 11.929 de 20 de junho de 2003 (anexo 1), publicada no Diário Oficial do Estado em 23 de junho de 2003 (RIO GRANDE DO SUL, 2003).

O município de Palmeira das Missões – RS foi escolhido para este estudo, pois a erva-mate faz parte da história do município, além do fato de realizar, desde 1986, de forma ininterrupta, o festival de músicas nativistas, nomeado Carijo da Canção Gaúcha que é patrimônio cultural do Rio Grande do Sul, conforme lei estadual nº 12.282 de 1º de junho de 2005 (anexo 2), publicada no Diário Oficial do Estado em 06 de junho de 2005 (RIO GRANDE DO SUL, 2005). O termo carijo¹ refere-se a um dos processos realizados durante a transformação da matéria-prima da erva-mate.

¹ Carijo: “método primário, artesanal, de torrefação, usando o calor direto de uma fogueira, até as folhas se tornarem crespas e quebradiças, através de uma intensa sudação. Esta operação, em condições normais, dura aproximadamente sete horas” (FAGUNDES, 2012, p. 19).

De acordo com o Diário Oficial da Assembleia Legislativa (2017), o município de Palmeira das Missões – RS passou a ser considerado o berço da erva-mate no Estado do Rio Grande do Sul conforme projeto de lei nº 63/2017 (anexo 3).

Para o âmbito acadêmico, este estudo se justifica pela ampliação do conhecimento sobre a temática da erva-mate, além de colaborar com outros estudantes que também possuem interesse na discussão do referido assunto, tanto no município de Palmeira das Missões - RS quanto em outros municípios do Estado ou fora dele.

A partir das análises da produção e consumo de erva-mate, pretende-se contribuir com os ervateiros que colaboraram com o estudo, ao apresentar os principais resultados identificados a partir dos questionários aplicados aos consumidores finais do produto, o que poderá facilitar para que ocorram melhorias no setor ervateiro.

A contribuição do estudo para os consumidores finais se justifica a partir dos próprios apontamentos realizados nos questionários, que podem fazer com que as ervateiras melhorem a qualidade do produto, seu preço, as formas de comercialização e assim, passem a atender as principais demandas em benefício de seus consumidores.

O melhor entendimento sobre a temática da erva-mate, colabora para futuras possíveis discussões entre pesquisadores, ervateiros e autoridades do município, que podem buscar soluções para as dificuldades encontradas em relação à produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS.

As teorias utilizadas (Teoria da Produção e Teoria do Consumidor) foram escolhidas por contribuírem com as discussões e atenderem os objetivos específicos propostos. A Teoria da Produção facilitou a análise das entrevistas e a percepção dos ervateiros perante o mercado, enquanto a Teoria do Consumidor embasou a demanda da erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS.

O estudo no setor ervateiro é importante, pois integra o agronegócio que é responsável por parte do crescimento econômico do país. A erva-mate também está presente no mercado internacional e pode ser utilizada como base para fabricação de outros produtos, como é o caso de cosméticos, sucos, suplementos, energéticos, além de medicamentos e em razão disso, torna-se um assunto interessante para o meio acadêmico.

1.1 ROTEIRO DO ESTUDO

O presente estudo divide-se em capítulos e subcapítulos, onde o primeiro capítulo é a introdução, que facilita a compreensão do leitor em relação ao assunto explanado e apresenta a problemática da pesquisa, os objetivos (geral e específicos) e a justificativa.

No subcapítulo 1.1 é apresentado o roteiro do estudo, onde constam as divisões do trabalho. No capítulo 2 apresenta-se o referencial teórico. O subcapítulo 2.1 conceitua o agronegócio enquanto o subcapítulo 2.1.1 apresenta informações sobre o PIB do agronegócio e sua participação no PIB brasileiro. Já o subcapítulo 2.1.2 refere-se ao agronegócio no Rio Grande do Sul. Posteriormente, no subcapítulo 2.2 apresenta-se o processo histórico e cadeia produtiva da erva-mate no RS. Nos subcapítulos 2.3 e 2.4, conceituam-se as teorias utilizadas para embasamento do estudo (Teoria da Produção e Teoria do Consumidor, respectivamente).

No capítulo 3, apresenta-se a metodologia utilizada e posteriormente no subcapítulo 3.1, explana-se a classificação do estudo bem como o instrumento de coleta de dados no subcapítulo 3.2. Na sequência é apresentada a população e amostra no subcapítulo 3.3.

As análises e discussões são apresentadas no quarto capítulo, seguido da caracterização do município de Palmeira das Missões – RS no subcapítulo 4.1. Na sequência, apresenta-se a caracterização das ervateiras de Palmeira das Missões – RS no subcapítulo 4.2. Após, apresentam-se os dados das ervateiras no subcapítulo 4.2.1, seguido de mão de obra, matéria-prima, transporte, produção, comercialização, políticas públicas para as ervateiras e preço nas seções terciárias seguintes. No subcapítulo 4.3 apresenta-se o perfil dos consumidores de erva-mate de Palmeira das Missões – RS. Já no subcapítulo 4.4 constam informações da demanda de erva-mate em Palmeira das Missões – RS.

No último capítulo apontam-se as considerações finais do estudo. Para finalizar, são apresentadas as referências utilizadas e posteriormente, apêndice e anexo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

No referencial teórico deste estudo, apresentam-se assuntos que colaboraram com a compreensão do tema proposto. Inicialmente comenta-se sobre o agronegócio, bem como o PIB do setor e sua participação no PIB nacional. Posteriormente apresenta-se a participação do agronegócio no Rio Grande do Sul e o processo histórico e a cadeia produtiva da erva-mate no RS. Para finalizar o referencial teórico, são apresentadas respectivamente a Teoria de Produção e Teoria do Consumidor, que fundamentam o referido estudo e apoiam as análises e discussões apresentadas.

2.1 AGRONEGÓCIO

Após a chegada dos portugueses ao Brasil no ano de 1500, comandados por Pedro Álvares Cabral, a monocultura da cana-de-açúcar ganhou destaque no país, assim como a borracha e o café, o qual se tornou responsável pelo processo de industrialização.

De acordo com Furtado (2007, p.27) “o início da ocupação econômica do território brasileiro é em boa medida uma consequência da pressão política exercida sobre Portugal e Espanha pelas demais nações europeias”. Antes da exploração em lavouras canavieiras, a exploração da madeira denominada Pau-Brasil foi considerada a primeira atividade econômica do país.

Apesar do agronegócio ser considerado um termo recente, mesmo sem uma definição exata na época, pode-se considerar que o agronegócio já estava presente em solo brasileiro.

Conforme Araújo (2010) os primeiros habitantes do Brasil sobreviviam a partir da extração de produtos que a própria natureza oferecia e não usavam técnicas por mais simples que fossem, como adubação com materiais orgânicos e muito menos a utilização da tecnologia, por exemplo, através de maquinários, que poderiam facilitar a produção dos alimentos.

Apesar da necessidade de maquinários para a transformação de matérias-primas, os avanços na tecnologia ganharam destaque somente a partir da Revolução Industrial entre o século XVIII e XIX. De modo geral, os avanços tecnológicos passaram a ser vistos no processamento de alimentos e fibras, devido

ao impulso do consumo, das necessidades e hábitos dos consumidores e a partir disso, tornou-se necessária a expansão da agricultura que ultrapassou fronteiras e ficou conhecida como agronegócio (LAUERMANN et al., 2017).

Historicamente, o termo agronegócio (*agribusiness* em inglês) foi definido inicialmente por Davis e Goldberg (1957) como o total das operações que envolviam desde a fabricação e distribuição dos suprimentos agrícolas necessários para a produção, armazenamento, processamento até a distribuição do produto final. Resumidamente, o agronegócio é um segmento produtivo que foi definido como os processos que ocorrem desde pré-porteira, dentro (ou durante) a porteira até pós-porteira, ou seja, são processos que utilizam tecnologias para elevação de suas produtividades.

No final da década de 1950, o termo *agribusiness* já era discutido e estava inserido em artigos, livros e jornais (KING et al., 2010). Com o passar do tempo, o agronegócio conquistou seu espaço e deixou de ser um assunto restrito a escritores e expandiu-se pelas universidades, empresas e na sociedade.

Conforme Mendes e Júnior (2007) a partir de 1970, o agronegócio brasileiro passa a sofrer fortes transformações nos meios de produção e comercialização, tanto nas atividades pecuárias quanto agrícolas.

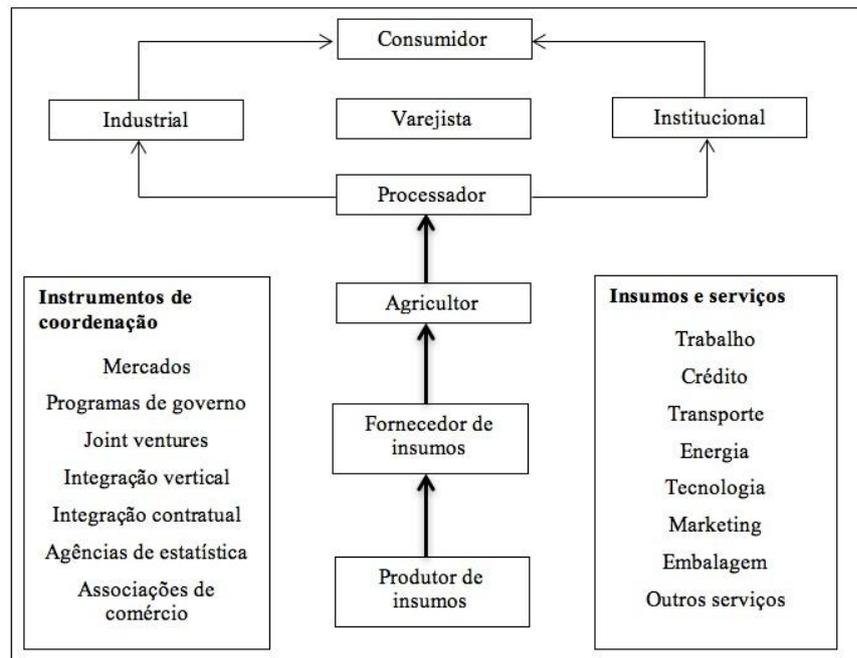
No Brasil, o agronegócio ganha destaque a partir da década de 1990 quando passa a beneficiar a sociedade com o aumento na produtividade e qualidade dos produtos além de reduzir custos de produção, devido aos avanços tecnológicos e isso impacta positivamente a economia do país (FERREIRA; MOISEICHYK; GONÇALVES, 2016).

A desvalorização da moeda brasileira no final da década de 1990, que se imaginou imediatamente favorecer as exportações, foi inibida, até 2002, por uma queda dos preços internacionais das *commodities*. Entretanto, após 2002, a fase de alta desses preços aliada ao estímulo cambial resultou em grande dinamismo para a agricultura brasileira (SAVOIA et al, p. 14, 2009).

O segmento do agronegócio envolve desde os fornecedores de insumos, os produtores rurais, transporte, armazenagem, até chegar ao consumidor final, ou seja, engloba os setores “antes”, “durante” e “depois da porteira” e assim passa a envolver outros segmentos econômicos (ARAÚJO, 2010).

Para facilitar na compreensão dos elementos do agronegócio, na figura 1 são apresentados os elementos divididos em um organograma, que compõem o sistema do agronegócio:

Figura 1 – Elementos do agronegócio.



Fonte: Mendes e Júnior (2007, p. 46).

Ao considerar os elementos que compõem o agronegócio, conforme apresentados na figura 1, é demonstrado o que se conhece por “antes da porteira”, “dentro da porteira” e “pós-porteira” e os elementos podem ser divididos conforme segue:

- Antes da porteira: Produtor de insumos, fornecedor de insumos;
- Dentro da porteira: Agricultor, processador (industrial, institucional);
- Pós-porteira: Varejo (consumidor).

Com a difusão do agronegócio, é importante não confundí-lo com o termo agroindústria, pois apesar de um complementar o outro, ambos possuem algumas características específicas que os diferenciam. Pode-se dizer que a agroindústria é um dos elementos que compõem o agronegócio e encontra-se na divisão nomeada durante a porteira, ou seja, processamento da matéria-prima.

De acordo com Lourenço (2010), as agroindústrias prosperaram nos últimos anos e superaram desafios, a partir de estratégias na produção de alimentos para atender a demanda do mercado externo e isso fez o Brasil mostrar-se competitivo diante de outras potências internacionais. “A agroindústria é o conjunto de atividades

relacionadas à transformação de matérias-primas provenientes da agricultura, pecuária, aquicultura ou silvicultura” (LOURENÇO, 2010, p. 26).

Para Araújo (2007), as agroindústrias são definidas como as responsáveis pelo beneficiamento, processamento e transformação de produtos agropecuários *in natura* prontos para a comercialização no mercado e podem ser divididos em grupos distintos de: agroindústrias não alimentares e agroindústrias alimentares onde:

➤ Agroindústrias não alimentares seriam responsáveis pela produção de couros, fibras, calçados, óleos vegetais não comestíveis, etc e;

➤ Agroindústrias alimentares seriam responsáveis pela produção de alimentos como sucos, polpas, extratos, lácteos, carnes, etc.

No contexto do agronegócio, além das agroindústrias, torna-se importante compreender as cadeias (*filières*) de produção que representam a soma de todas as operações de produção e comercialização utilizadas para chegar-se ao produto final, destinado ao consumidor (BATALHA, 1997).

Para Montigaud (1992, p. 62) *filière* é “o conjunto de atividades estreitamente imbricadas, ligadas verticalmente por pertencer a um mesmo produto (ou a alguns produtos muito próximos), cuja finalidade é a de satisfazer aos consumidores”.

Segundo Zylbersztajn (1995), o sistema de cadeias pode ser dividido em três sub-sistemas: produção, transferência e consumo, onde o primeiro refere-se à indústria de insumos e produção agro-pastoril, o segundo à transformação industrial, estoque e logística e o terceiro consiste no estudo mercadológico (oferta e demanda).

De modo geral, as cadeias de produção estariam relacionadas a um sistema que engloba desde os insumos, transformação da matéria-prima até a finalização do produto final, que será disponibilizado ao consumidor. Assim, Corrêa e Silva (2006, p. 06) afirmam que: “as cadeias produtivas evoluem ao longo do tempo, agindo de acordo com a demanda do cliente e a capacidade de fornecimento dos agentes produtores”.

Após contextualizar sobre agroindústria e cadeias de produção, torna-se importante compreender a contribuição do agronegócio para o Brasil e isso é possível a partir de um comparativo, realizado entre dados do PIB do Agronegócio em relação ao PIB do país. Na sequência do estudo apresenta-se o comparativo no subcapítulo 2.1.1.

2.1.1 PIB do agronegócio e sua participação no PIB Brasileiro

O agronegócio ganhou destaque no país, por ser um dos segmentos que mais propulsionam o desenvolvimento econômico e ganhou evidência principalmente pela produção e exportação de alimentos, visto que nos últimos anos, registrou-se a nível mundial, uma crescente demanda por alimentos. A importância do agronegócio pode ser destacada a partir de uma análise do PIB do Agronegócio que se divide no ramo agrícola e ramo pecuário em comparação ao PIB Brasileiro.

Na tabela 1, apresentam-se dados de uma série histórica (1996-2016) do PIB do agronegócio brasileiro, devidamente divididos pela participação do ramo agrícola e ramo pecuário.

Tabela 1 – PIB do agronegócio brasileiro (1996-2016 em R\$/Milhões corrente).

Ano	PIB Agrícola	PIB Pecuário	PIB Agronegócio*
1996	181.797	60.115	241.911
1997	184.357	61.623	245.980
1998	187.946	59.812	247.758
1999	205.861	62.801	268.662
2000	234.550	71.759	306.309
2001	253.304	84.773	338.076
2002	301.663	87.819	389.481
2003	364.171	99.118	463.289
2004	367.756	106.586	474.342
2005	357.394	107.980	465.374
2006	400.485	95.919	496.405
2007	413.093	134.305	547.398
2008	454.710	174.278	628.987
2009	462.381	172.944	635.325
2010	540.456	204.424	744.880
2011	609.341	205.719	815.060
2012	631.186	196.552	827.738
2013	652.660	252.530	905.190
2014	671.910	303.525	975.435
2015	743.773	346.821	1.090.594
2016	873.864	379.249	1.253.112

*Soma PIB Agrícola e PIB Pecuário.

Fonte: Adaptado pelo autor (2018). CEPEA/CNA (2017).

Ao analisar as informações da Tabela 1, percebe-se um aumento parcial no PIB do agronegócio brasileiro entre os anos de 1996 e 2016, onde em 1996 registrava R\$ 241.911 milhões e em 2016 R\$ 1.253.112 milhões, que demonstra o crescimento do segmento no país.

Ao longo destes vinte anos, houve uma redução no PIB do agronegócio brasileiro no ano de 2005, devido a uma quebra da safra de grãos, causada por uma forte estiagem que atingiu principalmente os estados do Rio Grande do Sul e do Paraná, responsáveis por mais de 80% de perda da safra nacional da soja 2004/2005 (FARIAS; NEPOMUCENO; NEUMAIER, 2007).

Apesar da queda na produção de grãos, a produção do PIB pecuário continuou ascendente em 2005, porém em 2012 houve uma redução no PIB pecuário. Este decréscimo pode ser explicado devido aos problemas climáticos e barreiras sanitárias à exportação (AMORIM, 2013). Outro fator apontado pela autora em relação à queda no PIB pecuário no ano de 2012 é a baixa rentabilidade na produção pecuária que perde área para a agricultura.

Na tabela 2, apresenta-se o PIB brasileiro, seguido do PIB do agronegócio brasileiro e a devida participação do referido segmento no PIB do país.

Tabela 2 – Participação do PIB do agronegócio no PIB Brasil (1996-2016 em R\$/Milhões corrente).

Ano	PIB Brasil	PIB Agronegócio	Participação do PIB Agronegócio no PIB Brasil. (%)	Varição (%)
1996	854.764	241.911	28,3	-
1997	952.089	245.980	25,84	- 2,46
1998	1.002.351	247.758	24,72	- 1,12
1999	1.087.710	268.662	24,7	- 0,02
2000	1.199.092	306.309	25,55	0,85
2001	1.315.755	338.076	25,69	0,14
2002	1.488.787	389.481	26,16	0,47
2003	1.717.950	463.289	26,97	0,81
2004	1.957.751	474.342	24,23	- 2,74
2005	2.170.585	465.374	21,44	- 2,79
2006	2.409.450	496.405	20,6	- 0,84
2007	2.720.263	547.398	20,12	- 0,48
2008	3.109.803	628.987	20,23	0,11

2009	3.333.039	635.325	19,06	- 1,17
2010	3.885.847	744.880	19,17	0,11
2011	4.376.382	815.060	18,62	- 0,55
2012	4.814.760	827.738	17,19	- 1,43
2013	5.331.619	905.190	16,98	- 0,21
2014	5.778.953	975.435	16,88	- 0,10
2015	6.000.570	1.090.594	18,17	1,29
2016	6.266.895	1.253.112	20	1,83

Fonte: Cepea/CNA e IBGE - Contas Nacionais. (2017). Adaptado pelo autor (2018).

Ao analisar a tabela 2, percebe-se que mesmo com o aumento constante no PIB do agronegócio brasileiro em milhões de reais correntes, a sua participação se manteve constante com pequenas variações ao longo desta série histórica de vinte anos.

A maior variação identificada na participação do PIB do agronegócio no PIB Brasil refere-se ao ano de 2005, quando sofreu uma queda de 2,79% em decorrência de uma quebra de safra ocasionada por uma forte estiagem que afetou os estados do sul brasileiro, principalmente o Paraná e o Rio Grande do Sul (FARIAS; NEPOMUCENO; NEUMAIER, 2007).

2.1.2 Agronegócio no Rio Grande do Sul

Além de importante participação na economia do Rio Grande do Sul, o agronegócio gaúcho colabora ao atender a demanda interna/externa a partir de variedades na produção agrícola e pecuária no Estado.

A economia do Rio Grande do Sul pode ser caracterizada a partir de uma análise do agronegócio, que permite compreender os rebatimentos das atividades agropecuárias na economia regional em relação ao restante do país (FEIX, LEUSIN JÚNIOR; AGRANONIK, 2017).

Atualmente o estado gaúcho é a quarta maior economia brasileira, ao considerar-se o tamanho do Produto Interno Bruto – PIB e fica atrás apenas dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, respectivamente, ou seja, a contribuição econômica do Rio Grande do Sul oscila positivamente se comparada aos demais estados em razão da influência dinâmica das exportações dos produtos agrícolas, porém passou por impactos negativos em razão de estiagens

prolongadas, registradas nos anos de 2004-2005 (SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GOVERNANÇA E GESTÃO, 2018).

Para Finamore e Montoya (2003) o agronegócio gaúcho colabora diretamente com o desenvolvimento econômico do Rio Grande do Sul, pois contribui na formação de renda e emprego que impacta diretamente na redução da pobreza e da insegurança alimentar.

Historicamente, o Rio Grande do Sul é conhecido como um estado que teve sua origem marcada por disputas de território. De acordo com Souza (2007) a formação econômica do Rio Grande do Sul inicia a partir das disputas por terras entre portugueses e espanhóis, que percebiam no estado um local estratégico para movimentação de tropas além do escoamento da produção, principalmente em relação à produção oriunda do Peru e das Missões que abasteciam a região central do país.

Conforme Souza (2007), juntamente com os espanhóis que tomavam o Rio Grande do Sul, estavam os padres jesuítas que tinham o intuito de evangelizar as áreas da América Espanhola, onde havia predominância de povos indígenas. No ano de 1607, cria-se a província Jesuítica do Paraguai que também abrangia parte da Bolívia, Argentina, Uruguai e o Sudoeste do Brasil e parte do território gaúcho, que foi chamado de “Sete Povos das Missões”.

Os “Sete Povos das Missões” foram reduções fundadas pelos padres jesuítas, juntamente com os indígenas para difundir a fé católica entre as tribos, formada principalmente por índios Guaranis. As reduções na época foram nomeadas como: Redução de São Francisco de Borja, São Nicolau, São Miguel Arcanjo, São Lourenço Mártir, São João Batista, São Luiz Gonzaga e Santo Ângelo Custódio.

De acordo com Fitz (2011) além da fé que predominava entre os indígenas e padres jesuítas, nas reduções também se caracterizava a produção de erva-mate em larga escala, pois esta era utilizada em atividades xamânicas dos pajés e inicialmente o seu uso foi proibido pelo governo espanhol, mas logo, revogado, e isso fez com que a erva-mate se tornasse o principal produto exportado pelas reduções.

Conforme Feix, Leusin Júnior e Agranonik (2017), o contexto histórico e econômico na ocupação do território do Rio Grande do Sul além das diferenças de clima, relevo, temperatura, umidade do ar, tipo de solo, etc, foram responsáveis por

uma parcela expressiva de estabelecimentos de menor porte que concentrarem-se na mesorregião do noroeste rio-grandense.

2.2 PROCESSO HISTÓRICO E CADEIA PRODUTIVA DA ERVA-MATE NO RS

A erva-mate é uma planta oriunda da América do Sul, que espalhou-se por vários países como Paraguai, Uruguai, Argentina e Brasil, principalmente através dos costumes indígenas. De acordo com Schuchmann (2002, p. 41): “os primeiros registros sobre o uso da erva-mate são bastante antigos, datando de 1554, referindo-se aos índios do Guaíra”.

Em sua grande maioria, os indígenas realizavam a infusão das folhas de erva-mate em um porongo e através de bomba rústica feita de taquara que os Guaranis chamavam de *taquapy*, ingeriam o líquido que ficou conhecido como chimarrão. Porém, além do chimarrão, os índios Guaranis também tinham o costume de mascar as folhas, que seria uma forma de estimulante para o desenvolvimento de atividades físicas e mentais. (SANTOS, 2013).

Mazuchowski (1991) descreve a evolução histórica da erva-mate desde o início da colonização espanhola no Paraguai, onde a erva-mate já era utilizada pelos indígenas locais, que orientados pelos jesuítas, passaram a fazer plantações de erva-mate pelos territórios das províncias do Paraguai, Buenos Aires e Tucuman. Por mais de um século e meio os jesuítas exploraram o comércio da erva-mate e foram eles que deram a maior contribuição para a expansão da bebida entre os europeus (MAZUCHOWSKI, 1991)

Conforme Ucha (2012), em 1554 em expedições por territórios desconhecidos, os espanhóis encontraram as terras de Guairá (atual estado do Paraná), onde foram recebidos pelos indígenas locais, que lhes apresentaram seus costumes, um deles uma bebida feita com folhas esmagadas e servida em porongos pequenos por meio de um canudo de taquara.

Segundo Schuchmann (2002), até o começo do século XX, o consumo de erva-mate era restrito para pessoas que viviam no campo e aos índios que tinham acesso à matéria-prima e sabiam como realizar o processamento correto para utilizá-la.

Com o interesse dos colonizadores pela bebida, surgem os “encomenderos” que passam a explorar os indígenas a retirar da mata nativa as folhas da erva-mate

para então comercializa-las e esse trabalho abusivo que os índios estavam à sofrer, acabou por chamar a atenção da coroa espanhola, que passou a impor uma série de regras para a extração da erva-mate, como remuneração, tempo de trabalho, entre outros, porém ao perceberem o enriquecimento dos “encomenderos” do Paraguai, a comercialização da erva-mate começou a sofrer concorrência dos padres da Ordem da Companhia de Jesus, os “jesuitas”, que passaram a estudar as características e processos da erva, a fim de criar uma cadeia produtiva da erva-mate (UCHA, 2012).

Com o intuito de encerrar os conflitos por territórios, o governo espanhol e o governo português assinaram o Tratado de Madrid em 1756, onde a Espanha entregou o território dos Sete Povos das Missões em troca da Colônia do Sacramento que pertencia a Portugal, porém esta decisão atingiu os interesses indígenas e assim desencadeou-se a Guerra Guaranítica, onde os índios missionários eram liderados por Sepé Tiarajú que acabam perdendo a guerra, culminando na expulsão dos jesuítas, mas esse fato não colocou fim ao ciclo ervateiro e no ano de 1801 quando finalizou a conquista dos Sete Povos das Missões, os portugueses normalizaram a produção e comercialização de erva-mate na referida região (UCHA, 2012).

Este costume indígena passou por gerações e atualmente, o chimarrão é encontrado em rodas de conversa, repartições públicas e privadas além de ter se tornado um costume praticamente diário, principalmente entre o povo sul rio-grandense.

Após a matéria-prima chegar às ervateiras, ela passa por variados processos (sapeco², secagem no carijo ou barbaquá³, cancheamento⁴/moagem) até obter-se o produto final que é empacotado e são estas agroindústrias de transformação de erva-mate, espalhadas em sua maioria na região sul do país, as responsáveis por atender a demanda de erva-mate dos consumidores.

² Sapeco: “após o corte dos ramos da erva, estes são passados rapidamente pelas labaredas de uma fogueira feita no local. A finalidade desta operação é de abrir os vasos da folha através de uma intensa sudação, provocando uma desidratação mais rápida” (FAGUNDES, 2012, p. 19).

³ Barbaquá: “preenche a mesma finalidade do carijo – no caso do calor, é indireto, o calor de uma fogueira é levado através de um conduto até o local (quarto), onde se encontram os ramos depositados. Esta operação varia de 14 a 16 horas para completar a torrefação” (FAGUNDES, 2012, p. 21).

⁴ Cancheamento: “é a trituração de folhas e caules na cancha. Esta operação, primitivamente, era feita sobre um carnal de couro cru, onde os ramos vindos do carijo eram golpeados com um facão de madeira. Seu acabamento era feito em pilões” (FAGUNDES, 2012, p. 21).

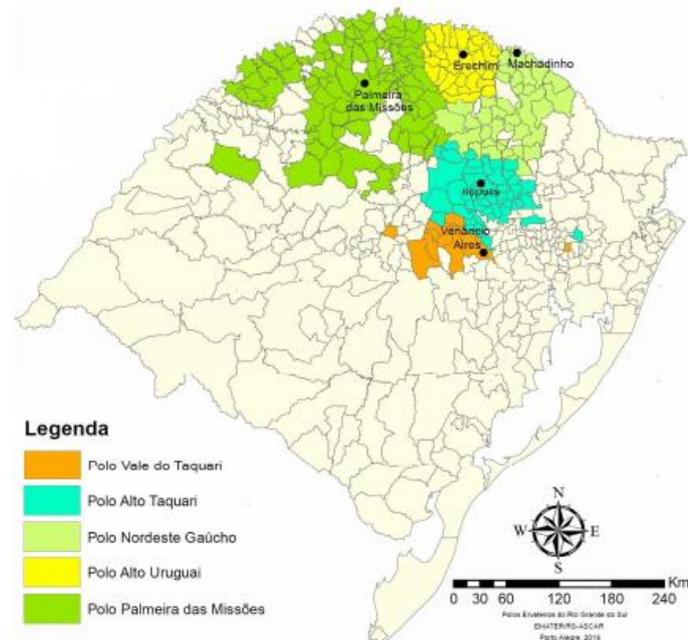
“A erva no carijo é secada sob a influência direta do calor de um fogo de brasas que se procura manter na maior uniformidade possível. Após essa operação, a erva sofre uma primeira trituração, por intermédio de facões de madeira (cambau) ou com o auxílio de uma parelho especial, um cone de madeira provido de dentes que se abatem sobre a erva estendida na cancha. [...] por isso erva cancheada. O processo mais avançado de secagem é o barbaquá, em qual a erva sofre a ação indireta do calor, conduzido até os feixes em secagem por um túnel [...]. Modernamente a moagem é feita em moinhos especiais, os engenhos de soque” (SOARES, 2004, p. 87-88).

Segundo Beltrão et al (1998), mesmo a produção de erva-mate não sendo muito dinâmica, por ter pouca relação com outros setores do agronegócio, a economia ervateira possui destaque histórico como atividade comercial e importância cultural, principalmente no Estado do Rio Grande do Sul.

Com o intuito de organizar a cadeia produtiva da erva-mate no Estado do Rio Grande do Sul, foram criados polos ervateiros e divididos da seguinte forma: Planalto Missões, Alto Uruguai, Nordeste Gaúcho, Alto Taquari, Vale do Taquari e o criado mais recentemente, no ano de 2014, o Polo Sul (BRUM, 2014).

Na figura 2 é apresentado o mapa dos polos ervateiros do Rio Grande do Sul.

Figura 2 – Mapa dos Polos Ervateiros do Rio Grande do Sul.



Fonte: Emater/Ascar (2018).

Na figura 2, pode-se identificar cinco polos ervateiros no mapa do Estado do Rio Grande do Sul. Na cor laranja é apresentado o Polo Vale do Taquari (região de

Venâncio Aires), na cor azul é apresentado o Polo Alto Taquari (região de Ilópolis), na cor verde claro o Polo Nordeste Gaúcho (região de Machadinho), na cor amarela o Polo Alto Uruguai (região de Erechim) e na cor verde escuro o Polo Planalto Missões (região de Palmeira das Missões).

De acordo com o Fundomate (2016) o polo sul (região de Canguçu) não é apresentado no mapa de distribuição geográfica em razão de apresentar produção inferior a 0,02%.

Entre os polos ervateiros existentes, neste estudo será analisado o Polo Ervateiro Planalto Missões que é composto pelos seguintes municípios: Boa Vista das Missões, Dois Irmãos das Missões, Erval Seco, Novo Barreiro, Palmeira das Missões, São José das Missões, São Pedro das Missões e Seberi (municípios estes localizados na região norte do Estado) e, a sua criação no ano de 2010 teve como objetivo criar ações regionais para estruturar a cadeia produtiva de erva-mate e traçar ações no setor ervateiro (MORAES, 2010).

Para Vanti (2012) a cadeia produtiva da erva-mate é composta principalmente por produtores e as ervateiras, onde os produtores são os responsáveis pelo cultivo e as ervateiras pela transformação da produção para posteriormente enviarem os produtos finalizados para atacados e varejos.

Para Antoniazzi (2013) não há uma organização na cadeia produtiva da erva-mate, possivelmente pela falta de incentivos ou até mesmo por parte da falta de conhecimento dos ervateiros ou então associativismo e cooperação entre os produtores.

Ao complementar a ideia, para Mello (2010), já se passaram mais de 400 anos desde o início do processo ervateiro e não existe uma organização clara na cadeia produtiva e nem políticas públicas para o desenvolvimento do setor, apenas apoio técnico para produção, que é oferecido por extensionistas rurais. Alguns podem ser identificados na cadeia produtiva da erva-mate, desde a industrialização do produto além de dificuldades que os ervateiros possuem em relação à transformação até mesmo pelo alto custo a ser investido em parques industriais.

Mesmo com todos os entraves existentes na cadeia produtiva da erva-mate, o Estado do Rio Grande do Sul apresenta relevantes dados ervateiros, tanto em quantidade plantada quanto em quantidade produzida, principalmente ao considerar-se o Polo Alto Taquari. No quadro 1 são apresentados os 10 municípios do Rio

Grande do Sul com maior quantidade de erva-mate plantada nos anos de 2014, 2015 e 2016.

Quadro 1 – 10 municípios do RS em maior área plantada de erva-mate (em ha).

10 Municípios do RS em maior área plantada de Erva-Mate									
2014				2015			2016		
Total: 35.240 ha em 219 municípios.				Total: 33.137 ha em 194 municípios.			Total: 33.445 ha em 200 municípios.		
Ordem	Município	Ha	%	Município	Ha	%	Município	Ha	%
1º	Ilópolis	7.300	20,7	Ilópolis	7.300	22	Ilópolis	7.300	21,8
2º	Arvorezinha	7.000	19,9	Arvorezinha	7.000	21,1	Arvorezinha	7.000	20,9
3º	Anta Gorda	1.700	4,8	Anta Gorda	1.700	5,1	Anta Gorda	1.900	5,7
4º	Venâncio Aires	1.550	4,4	P. das Missões	1.500	4,5	P. das Missões	1.500	4,5
5º	Palmeira das Missões	1.500	4,3	Putinga	1.440	4,3	Fontoura Xavier	1.470	4,4
6º	Fontoura Xavier	1.470	4,2	Fontoura Xavier	1.400	4,2	Putinga	1.440	4,3
7º	Itapuca	1.350	3,8	Itapuca	1.350	4,1	Itapuca	1.280	3,8
8º	Putinga	1.340	3,8	Barão do Cotegipe	980	3	Barão do Cotegipe	980	2,9
9º	Áurea	1.000	2,8	Erebango	800	2,4	Áurea	880	2,6
10º	Barão do Cotegipe	980	2,8	Venâncio Aires	775	2,3	Erebango	800	2,4
Total do Grupo (TG)		25.190	71,5	TG:	24.245	72,2	TG:	24.550	73,4
Demais Municípios (DM)		10.050	28,5	DM:	8.892	26,8	DM:	8.895	16,6
Total Geral (TGR)		35.240	100	TGE:	33.127	100	TGR:	33.445	100

Fonte: IBGE (2016). Adaptado pelo autor.

A partir do quadro 1, percebe-se que o município de Ilópolis encontra-se na primeira posição entre demais municípios do Rio Grande do Sul, em relação à quantidade plantada de erva-mate, seguido respectivamente pelo município de Arvorezinha, nos anos de 2014, 2015 e 2016. Já o município de Palmeira das Missões, ocupava a 5ª posição no ano de 2014 e nos dois anos seguintes, passou a ocupar a 4ª posição, quando ultrapassou o município de Venâncio Aires que em 2014 ocupava a 4ª posição, em 2015 estava na 10ª posição e em 2016 não figurava mais entre os 10 municípios com maior área plantada de erva-mate do Estado do Rio Grande do Sul. O intuito do estudo não é analisar a produção dos variados municípios citados, mas somente o município de Palmeira das Missões, porém é importante destacar que mesmo o município palmeirense mantendo a posição, não

ocorre o mesmo com os demais municípios que apresentam oscilações na quantidade de área plantada de erva-mate.

No quadro 2 são apresentados os 10 municípios do Rio Grande do Sul com maior quantidade de erva-mate produzida (em tonelada), nos anos de 2014, 2015 e 2016:

Quadro 2 – 10 municípios do RS com maior quantidade de erva-mate produzida (em tonelada).

10 Municípios do RS em maior quantidade produzida (em tonelada) de Erva-Mate									
2014				2015			2016		
Total: 276 mil toneladas (t)				Total: 292 mil toneladas (t)			Total: 297 mil toneladas (t)		
Ordem	Município	t	%	Município	t	%	Município	t	%
1º	Ilópolis	59.000	21,4	Arvorezinha	65.000	22,2	Ilópolis	66.000	22,2
2º	Arvorezinha	50.000	18,1	Ilópolis	65.000	22,2	Arvorezinha	62.400	21,0
3º	Palmira das Missões	21.000	7,6	P. das Missões	21.000	7,2	P. Missões	21.000	7,1
4º	Anta Gorda	12.600	4,6	Anta Gorda	13.500	4,6	F. Xavier	15.558	5,2
5º	Fontoura Xavier	11.760	4,3	Putinga	11.550	4,0	Anta Gorda	15.300	5,1
6º	Putinga	10.500	3,8	Fontoura Xavier	11.200	3,8	Putinga	11.550	3,9
7º	Itapuca	8.925	3,2	B. do Cotegipe	7.840	2,7	Itapuca	8.925	3,0
8º	Barão do Cotegipe	7.840	2,8	Itapuca	7.350	2,5	Áurea	7.920	2,7
9º	Áurea	6.750	2,4	Áurea	6.750	2,3	B. do Cotegipe	7.840	2,6
10º	Venâncio Aires	5.231	1,9	Erebango	6.000	2,1	Erebango	6.000	2,0
Total do Grupo (TG)		193.606	70,1	TG:	215.190	73,6	TG:	222.493	74,9
Demais Municípios (DM)		82.626	29,9	DM:	77.196	26,4	DM:	74.648	25,1
Total Geral (TGR)		276.232	100	TGE:	292.386	100	TGE:	297.141	100

Fonte: IBGE (2016). Adaptado pelo autor.

Ao analisar o quadro 2, percebe-se que o município de Ilópolis e Arvorezinha encontram-se entre os dois municípios com maior produtividade de erva-mate no Estado Rio Grande do Sul, no período analisado de 2014, 2015 e 2016. Já o município de Palmeira das Missões, manteve a 3ª posição nos três anos analisados. O município de Anta Gorda ocupava a 5ª posição nos anos de 2014 e 2015, porém no ano de 2016 passou a ocupar a 6ª posição, sendo ultrapassado pelo município de Fontoura Xavier. Os municípios de Putinga, Itapuca, Barão do Cotegipe, Áurea,

apresentada oscilações no posicionamento em relação aos 10 municípios com maior produção de erva-mate no Estado. Já o município de Venâncio Aires ocupava a 10ª posição no ano de 2014 e em 2015 e 2016 a posição passou a ser ocupada pelo município de Erebangó, o que fez o município de Venâncio Aires não estar mais entre os dez municípios do Estado do Rio Grande do Sul com maior produção de erva-mate.

Neste contexto, torna-se importante contextualizar sobre produção e consumo e desta forma, são apresentadas na sequência deste estudo, a teoria da produção e teoria do consumidor que posteriormente, servirão como base para discussões dos resultados.

2.3 TEORIA DA PRODUÇÃO

Sabe-se que a produção e o consumo estão diretamente relacionados um com o outro. Para que haja consumo é necessário que ofertem-se bens de consumo e da mesma forma, quanto maior for o consumo, maior será a produção deste bem.

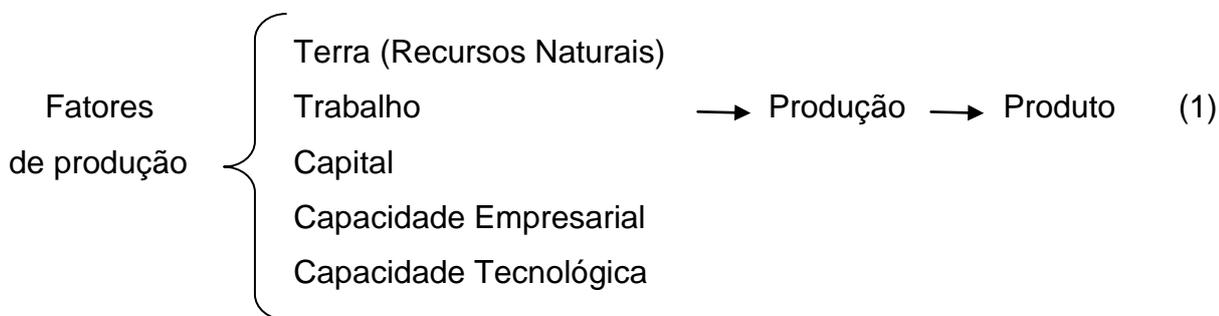
Slack, Chambers e Johnston (2002) conceituam a produção como função e como atividade. A produção como função, refere-se como a parte da empresa que produz insumos para consumidores externos, enquanto a produção como atividade, que transforma qualquer recurso de entrada em bens ou serviços para agentes interno ou externos.

No presente estudo, a teoria da produção foi utilizada para corroborar as análises da produção de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS, a partir das entrevistas realizadas com as ervateiras. A teoria da produção integra os estudos microeconômicos e pode-se caracterizar como uma teoria ligada diretamente à oferta de bens e produtos no mercado. Vasconcellos e Garcia (1998, p. 58) definem produção como “o processo de transformação dos fatores adquiridos pela empresa em produtos para a venda no mercado”. Ou seja, a teoria da produção explica a transformação dos insumos de determinada organização em bens e produtos aos consumidores finais.

A definição de insumos de produção dentro de uma empresa nem sempre difere entre o bem físico e o serviço prestado a um consumidor. Slack, Chambers e Johnston (2002) comentam sobre produtos e serviços estarem em fusão dentro de

um conceito de transformação, uma vez que a finalidade de ambos os processos produtivos, é de atender a necessidade de um cliente final.

Segundo as definições de Rossetti (2006, p. 24) os fatores de produção, são representados da seguinte forma:



Além dos fatores de produção relacionados, os autores também incluem como fatores, a matéria-prima e outros bens e serviços que são adquiridos por meio de outras organizações.

De acordo com Richetti (2000) a teoria da produção visa à otimização dos resultados a partir da busca pela maximização dos lucros através do aumento de sua produção ou pelo contrário, a minimização dos gastos realizados pela organização, a considerar determinado nível produtivo.

Pode-se afirmar que a definição pela quantidade a ser produzida é dada a partir da demanda dos consumidores e desta forma, compradores e consumidores tem o intuito de manter um equilíbrio no mercado, ou seja, manter a proporção ideal entre oferta e demanda de determinado bem ou serviço.

Pindyck e Rubinfeld (2010, p, 7) definem mercado como “um grupo de compradores e vendedores que, por meio de suas reais ou potenciais interações, determinam o preço de um produto ou de um conjunto de produtos”. Como complemento da teoria da produção, podem-se considerar os custos que a organização possui, tanto em relação às quantidades que são produzidas quanto aos preços que são pagos pela matéria-prima. Assim, os custos de produção seriam as despesas necessárias para aquisição de maquinários, insumos, transporte do produto final, enfim, todos os custos relativos às etapas da cadeia produtiva.

É importante considerar que para compreender os princípios da produção, no que diz respeito ao volume produzido que depende da quantidade dos insumos que foram utilizados, existe uma função produção que relaciona a produção máxima

obtida a partir de uma combinação de fatores de produção em certo período de tempo e conforme a tecnologia utilizada (RICHETTI, 2000).

Para Vasconcellos e Garcia (1998, p. 58) a função produção relaciona a quantidade física do produto final de acordo com a quantidade de insumos que foram utilizados para sua produção e é definida pela função:

$$q = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n) \quad (2)$$

Onde:

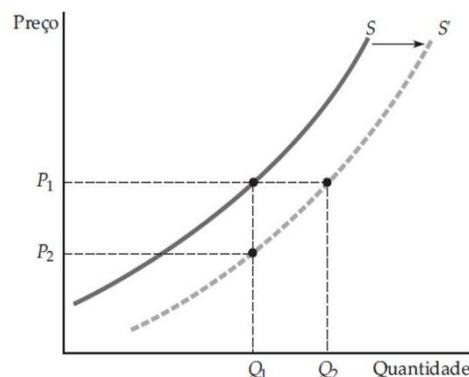
q = indica a quantidade produzida em determinado período de tempo;

f = indica que q é uma função da quantidade de insumos utilizados;

$x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ = indicam as quantidades utilizadas dos fatores de produção.

A partir da função apresentada, entende-se que conforme a variação dos fatores utilizados pode ser produzida diferentes quantidades. A quantidade de fatores de produção que foram utilizadas é o que definirá a quantidade produzida. No caso deste estudo, quando definida a quantidade produzida de erva-mate pelas unidades produtivas no município de Palmeira das Missões – RS, o produto final passa a ser ofertado no mercado. É importante compreender que no modelo de oferta e demanda existem dois conceitos: curva de oferta e curva de demanda. Na figura 3, apresenta-se a curva de oferta, que trata da teoria da produção, e posteriormente, consta a curva de demanda, interligada à teoria do consumidor.

Figura 3 – Curva da oferta.



Fonte: Pindyck e Rubinfeld (2010, p. 20).

“A curva de oferta é a relação entre a quantidade de um bem que os produtores desejam vender e o preço desse bem” (PINDYCK; RUBINFELD, 2010, p.20). Na figura 3, é representada a curva da oferta:

Na figura 3 demonstra-se uma variação no preço de determinado produto em relação à sua quantidade disponibilizada no mercado. Pode-se explicar a curva da oferta como uma variação onde quanto maior for o preço de determinado produto no mercado, maior será o desejo das empresas em produzir, o que provoca uma ascensão na curva da oferta. Se ocorre uma redução no custo de produção, as empresas podem ofertar uma quantidade maior de produtos no mercado e manter o preço e desta forma, provoca-se um deslocamento de S (linha constante) para S (linha pontilhada).

Ao apresentar a teoria da produção e sua importância através da oferta de produtos no mercado, com o intuito de alcançar os objetivos propostos nesta pesquisa em relação à produção e consumo de erva-mate em Palmeira das Missões - RS, no próximo subcapítulo é apresentada a teoria do consumidor, cuja análise estará voltada para a demanda de produtos no mercado.

2.4 TEORIA DO CONSUMIDOR

A teoria do consumidor apresentou neste estudo, a importância dos consumidores durante as transações de compra e venda que são realizadas no mercado. A partir desta teoria, realizaram-se análises da produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS.

De acordo com Silva, Almeida e Castilho (2012) a teoria do consumidor também pode ser definida como teoria da escolha e integra o segmento microeconômico, assim como a teoria da produção e, a partir da teoria do consumidor, pode-se obter um bem específico em relação a outro, conforme for à utilidade deste para o consumidor.

De modo geral, a teoria da produção estaria ligada especificamente aos produtores (oferta) enquanto a teoria do consumidor explica as preferências e necessidades dos consumidores (demanda).

Com o intuito de manter um equilíbrio de mercado entre oferta e demanda, os produtores precisam conhecer os comportamentos dos consumidores. De acordo com Kotler e Armstrong (2007), são características culturais, sociais, pessoais e

psicológicas que influenciam a decisão de compra dos consumidores. No quadro 3, apresentam-se os fatores que influenciam o comportamento do consumidor:

Quadro 3 – Fatores que influenciam o comportamento do consumidor.

FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	
Culturais	Cultura, subcultura e classe social.
Sociais	Grupos de referência, família, papéis e status
Pessoais	Idade e estágio no ciclo de vida, ocupação, situação financeira, estilo de vida, personalidade e autoimagem.
Psicológicos	Motivação, percepção, aprendizagem, crenas e atitudes.

Fonte: Adaptado pelo autor (2018). Kotler e Armstrong (2007).

No quadro 3, percebe-se que existem diversos fatores que podem influenciar na decisão de compra do consumidor. Neste estudo, foram analisados alguns destes fatores em relação à compra do produto da erva-mate em Palmeira das Missões – RS.

Pindyck e Rubinfeld (2010) aprofundam o assunto em relação às escolhas do consumidor e identificar três etapas: preferências do consumidor, restrições orçamentárias e escolhas do consumidor onde:

- Preferências do consumidor: está relacionada à maneira que determinado consumidor pode preferir adquirir um produto ao invés de outro.
- Restrições orçamentárias: refere-se ao preço do produto que o consumidor está disposto a pagar e isso leva em consideração a sua renda disponível.
- Escolhas do consumidor: nesta terceira etapa, juntam-se as preferências do consumidor com as restrições orçamentárias e partir disso, se definirá qual produto pode ser adquirido. Nem sempre a preferência do consumidor será a sua escolha, por motivo da restrição orçamentária.

Assim como uma função explica a produção conforme a quantidade física do produto final em relação à quantidade de insumos utilizados, a função da demanda explica a quantidade de produtos que os consumidores desejam comprar, de acordo com as alterações do preço unitário (PINDYCK; RUBINFELD, 2010). A função é definida como:

$$Q_D = Q_D(P) \quad (3)$$

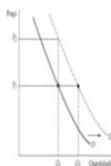
Onde:

Q_D = indica a quantidade demandada;

P = indica o preço praticado.

A partir da função demanda que foi apresentada, pode-se definir a curva da demanda que é a: “relação entre a quantidade de um bem que os consumidores desejam adquirir e o preço dele” (PINDYCK; RUBINFELD, 2010, p. 21). Na figura 4, é representada a curva da demanda:

Figura 4 – Curva da demanda.



Fonte: Pindyck e Rubinfeld (2010, p. 22).

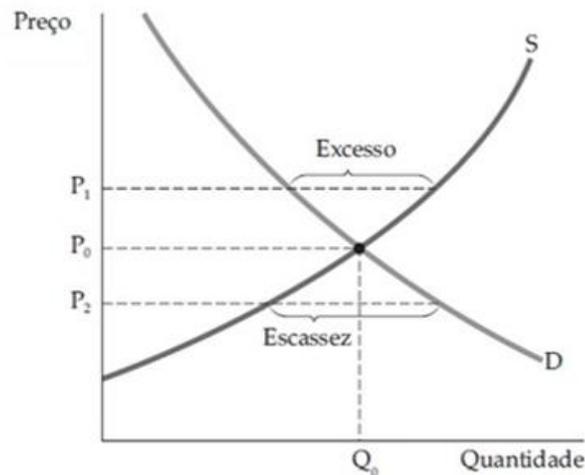
A figura 4 demonstra de acordo com a quantidade D , o quanto a demanda depende do preço e os consumidores podem desejar comprar uma quantidade maior, quanto menor for o preço. No deslocamento de D (linha constante) para D (linha pontilhada) entende-se que a partir do momento que o consumidor possui uma renda maior, poderá adquirir uma quantidade maior do produto, independente do preço, ou seja, a demanda apresenta um aumento, quando também aumenta a renda do consumidor.

Os produtos são ofertados no mercado, pois o produtor entende que existe uma demanda para a sua oferta. A partir do momento que o consumidor observa suas preferências, orçamento e sua escolha definitiva, tanto quem oferta quanto quem demanda, busca um equilíbrio no mercado para evitar que ocorra excesso de oferta ou demanda ou pelo contrário, escassez de oferta ou demanda.

Em relação ao princípio de equilíbrio no mercado “os preços ajustam-se até que o total que as pessoas demandam seja igual ao total ofertado” (VARIAN, 2006, p. 3).

Na figura 5, é representado o ponto de equilíbrio, que é identificado quando cruzam-se as linhas da oferta e demanda:

Figura 5 – Equilíbrio de mercado.



Fonte: Pindyck e Rubinfeld (2010, p. 23).

De acordo com Pindyck e Rubinfeld (2010), para compreender o equilíbrio de mercado, apresentado na figura 5, torna-se importante identificar algumas observações:

- O equilíbrio ocorre no preço P_0 e na quantidade Q_0 ;
- Se o preço aumenta para P_1 , registra-se um excesso de oferta que faz o preço reduzir;
- Se o preço reduz para P_2 , há um excesso na demanda (escassez na oferta) e o preço aumenta.

Os variados assuntos discutidos neste referencial teórico, serviram para dar embasamento às discussões e resultados apresentados, conforme a metodologia que foi aplicada para atender os objetivos específicos nesta referido estudo.

3 METODOLOGIA

Com o intuito de atender os objetivos (geral e específicos) deste estudo, torna-se necessário explanar os procedimentos metodológicos utilizados para chegar-se as discussões e resultados. Com a ideia principal de analisar a produção

e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS, inicialmente foram definidas algumas etapas.

A primeira etapa consiste no levantamento teórico, a partir da qual se tem a intenção de tomar maior conhecimento sobre o tema proposto. A segunda etapa foi à definição dos instrumentos para coleta de dados com responsáveis pelas ervateiras e consumidores de erva-mate no referido município. Na terceira etapa foi definida a amostra e população da pesquisa. A quarta etapa foi tabulação e organização dos dados e posteriormente, na última etapa foi realizada a análise das informações obtidas, a partir de onde se alcançaram os objetivos propostos.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DO ESTUDO

Ao considerar os objetivos que foram definidos, pode-se identificar a estratégia deste estudo como explicativa e bibliográfica realizada por meio do método de abordagem qualitativa com dados qualitativos, a partir de onde se explicam as análises da produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS.

Gil (2007, p. 42) define pesquisa explicativa da seguinte maneira:

Essas pesquisas têm como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. Esse é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas. Por isso mesmo, é o tipo mais complexo e delicado, já que o risco de cometer erros aumenta consideravelmente.

A pesquisa bibliográfica foi utilizada para o autor tomar maior conhecimento sobre o assunto, conforme apresentação do referencial teórico. Para Marconi e Lakatos (2003), uma pesquisa bibliográfica pode ser definida não como uma repetição sobre determinada temática que foi apresentada por algum autor, mas como um aprofundamento teórico, a partir do qual podem ser apresentadas novas perspectivas sobre o tema.

De acordo com Gil (2007) nas pesquisas de abordagem qualitativa, verifica-se uma interligação entre observação, reflexão e interpretação, desta forma conforme uma análise progrida acaba por tornar-se um estudo mais complexo, portanto para a realização de uma análise qualitativa correta, deve-se observar alguns passos básicos como redução dos dados, categorização, interpretação e também a apresentação da redação dos resultados.

Quanto aos dados quantitativos que serão considerados nesta pesquisa, para Gatti (2012) a análise deste tipo de dado é importante, pois quando os dados são elaborados, identificados e interpretados, auxiliam na compreensão dos resultados da pesquisa.

Após definida a estratégia e a abordagem que foram utilizadas na pesquisa, os objetivos exigiram o uso de instrumentos para a coleta de dados, que auxiliaram no desenvolvimento da análise dos resultados.

3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Como técnica de pesquisa para análise da produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com os representantes das agroindústrias de erva-mate e foram aplicados questionários aos consumidores de erva-mate no referido município.

Segundo Pádua (2004) as entrevistas semi-estruturadas são definidas como um conjunto de questões elaboradas pelo pesquisador, no entanto, o entrevistado tem liberdade para falar sobre assuntos ligados ao tema principal.

Em relação ao segundo instrumento de coleta de dados: “questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”. (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 201).

O questionário foi composto em perguntas fechadas e também utilizou-se a Escala de Likert para facilitar na análise dos resultados e também ao respondente. De acordo com Marconi e Lakatos (2003), perguntas fechadas são aquelas onde o informante pode escolher sua resposta dentre as opções disponibilizadas no questionário.

Segundo Hair et al (2005) a Escala de Likert são as perguntas onde constam no questionário as opções que o respondente poderá utilizar para responder determinada questão, à considerar medida de atitudes ou opiniões para avaliar concordância ou discordância dos respondentes, referente à cada afirmativa. No caso deste estudo, utilizou-se a Escala Likert para o respondente informar sua opinião conforme as afirmativas disponibilizadas. As opções de escolha para os respondentes foram: discordo totalmente, discordo parcialmente, nem concordo nem discordo, concordo parcialmente e concordo totalmente.

Depois de aplicados os instrumentos de coleta de dados (entrevista semi-estruturada e questionário) utilizados no estudo, os dados foram tabulados no Microsoft Office Excel 2010 e analisados através do software estatísticos IBM SPSS Statistics 22. Assim, foram gerados gráficos, quadros e tabelas, que posteriormente foram analisados, o que acarretou na apresentação de discussões e resultados.

3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Ao considerar o universo ou população, para o desenvolvimento desta pesquisa foram consideradas duas amostras, a partir das quais se utilizaram as entrevistas semi-estruturadas (para os ervateiros) e os questionários (para os consumidores).

Gil (2010) define amostra como um subconjunto de universo ou população, a partir de onde se estabelecem características específicas sobre determinada população.

A primeira amostra utilizada na pesquisa é representada pelos ervateiros que foram entrevistados e esta amostra foi definida por um método não probabilístico que “são amostragens em que há uma escolha deliberada dos elementos da amostra” (MARTINS, 2007, p. 48) pelo fato que nem todas as ervateiras concordaram com a participação no estudo.

Para realização das entrevistas semi-estruturadas com as ervateiras, primeiramente realizou-se o contato com a equipe da Vigilância Sanitária do município de Palmeira das Missões – RS, onde foi recebida a informação de que havia o registro de 14 ervateiras já regulamentadas ou com o processo de regulamentação em andamento. Outra informação repassada pela equipe da Vigilância Sanitária foi referente a ervateiras clandestinas, das quais nem a própria equipe consegue ter um controle de quantas unidades existe no município ou então identificar o responsável, local de trabalho ou armazenamento de produtos.

Após o contato com a Vigilância Sanitária e o repasse de uma lista onde havia o endereço das 14 ervateiras regulamentadas ou em processo de regulamentação, deu-se início à aplicação das entrevistas semi-estruturadas, conforme apêndice A. A escolha do método não probabilístico se explica pelo motivo que após contato antecipado com as ervateiras para obter-se a possibilidade da aplicação da entrevista, algumas não concordaram com a participação e desta forma foram

consideradas 11 ervateiras das quais não serão identificadas por razão social ou marca, mas identificadas em ordem alfabética de A a K.

A segunda amostra utilizada na pesquisa é representada pelos consumidores de erva-mate em Palmeira das Missões – RS, que responderam o questionário, conforme o apêndice B. A amostra dos consumidores foi definida por um método probabilístico.

Gonçalves e Kohayakawa (2010, p. 1) definem:

O método probabilístico é um método para prova de teoremas. Tomando-se um espaço de probabilidade adequado, pode-se provar que uma determinada estrutura existe provando-se que ela ocorre, com probabilidade não nula, nesse espaço.

A amostra dos consumidores de erva-mate em Palmeira das Missões – RS foi definida a partir da fórmula para calcular amostras finitas que é quando a população não ultrapassa 100.000 elementos (GIL, 2010). A fórmula apresenta-se da seguinte maneira:

$$n = \frac{\sigma^2 N}{e^2(N-1) + \sigma^2} \quad (4)$$

Onde:

n= representa o tamanho da amostra;

σ = representa o nível de confiança escolhido (em número de desvios-padrão);

P = representa a percentagem com a qual o fenômeno é verificado;

Q = representa a percentagem complementar

N = representa o tamanho da população;

e^2 = representa o erro máximo permitido.

Para definir a amostra probabilística de Palmeira das Missões – RS, inicialmente pesquisou-se a população do município, que conforme estimativa de 2016 é de 34.907 habitantes (IBGE, 2016) e considerou-se o nível de confiança de 95%. Desta forma, realizou-se o cálculo amostral do município:

$$n = \frac{\sigma^2 N}{e^2(N-1) + \sigma^2} \quad (5)$$

Após o cálculo amostral do município de Palmeira das Missões – RS, obteve-se uma amostra representativa probabilística de 379,85 habitantes, a qual teve resultado arredondado para 380 habitantes.

Para a aplicação dos questionários com os consumidores de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS, a amostra foi estratificada a partir dos supermercados do município, pelo fato de ser um local onde há grande circulação de público, moradores dos diferentes bairros do município. Para isso, solicitou-se através de um requerimento encaminhado à Prefeitura Municipal de Palmeira das Missões, uma lista dos supermercados regulamentados. Em resposta ao requerimento, foi repassada uma lista de 13 supermercados, os quais não serão denominados neste estudo.

Assim, 380 habitantes palmeirenses responderam os questionários e prestaram a sua contribuição para possibilitar a análise do consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS entre os meses de fevereiro à maio de 2018.

4 ANÁLISES E DISCUSSÕES

No presente capítulo se expõe o relato explicativo e analítico do estudo sobre produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS. Assim, para melhor localizar o leitor, apresenta-se a caracterização do município onde se realizou o referido estudo.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES – RS

O município de Palmeira das Missões está localizado na mesorregião Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul e faz limite com os municípios de Dois Irmãos das Missões, Boa Vista das Missões, São Pedro das Missões, São José das Missões, Novo Barreiro, Chapada, Santa Bárbara do Sul, Condor, Santo Augusto e Coronel Bicaco. Na figura 6, é apresentado o mapa do Rio Grande do Sul e em destaque o município de Palmeira das Missões – RS.

Figura 6 – Mapa do Rio Grande do Sul. (Em destaque: Palmeira das Missões – RS).



Fonte: Abreu (2006, p. 01).

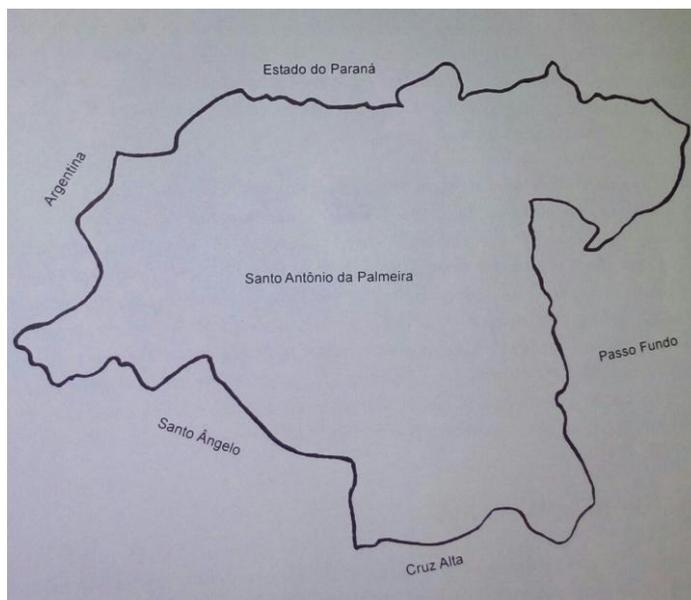
Palmeira das Missões fica distante aproximadamente 370 quilômetros da capital gaúcha, Porto Alegre – RS, que foi o primeiro município do Estado, criado no ano de 1808, ainda quando a unidade federal era chamada de Capitania do Rio Grande de São Pedro do Sul.

Conforme Soares (2004) em 1819, era criado o município de Cachoeira e onde anos depois, surgiam por um Decreto Imperial os municípios de Pelotas e Piratini e apenas um ano depois, criavam-se outros quatro municípios: Alegrete,

Caçapava, São José do Norte e Triunfo e em 1831 criava-se o município de Jaguarão, porém foram apenas em 1833 a partir de uma Resolução do Presidente da Província que surgem na história os municípios de São Borja e Cruz Alta.

“Em 05 de agosto de 1834, a Câmara de Cruz Alta dividiu o município em seis distritos, sendo Palmeira o 5º, com uma área aproximada de 15.000 quilômetros quadrados”. (ARDENGHI, p. 27, 2003). Os demais distritos originados a partir de Cruz Alta foram: Em torno da Sede, São Martinho, Botucaraí (Soledade), Passo Fundo e São Miguel. Conforme apresenta na figura 7, a divisão territorial no mapa do município em 1874. (SOARES, 2004).

Figura 7 – Mapa do município de Santo Antônio da Palmeira em 1874.



Fonte: Dados fornecidos pelo IBGE. Palmeira das Missões (1996 apud Soares, 2004, p.135).

O município de Cruz Alta possuía imensa extensão territorial que abrangia desde as barrancas do Rio Uruguai até próximo à Santa Maria na região central do Estado, o que compreendia áreas de Passo Fundo, Santo Ângelo, Soledade, São Martinho e também Palmeira das Missões que na época era conhecida como Santo Antônio da Palmeira.

Ardenghi (2003) relata que até a emancipação de Palmeira das Missões – RS em 06 de maio de 1874, a população crescia lentamente e havia registros na Câmara de Cruz Alta que o território palmeirense contava com 1.476 habitantes.

No decorrer dos anos, a partir do município de Santo Antônio da Palmeira, como era chamado, desmembraram outros municípios como é o caso de: Iraí (1933), Três Passos (1944), Três de Maio (1954), Crissiumal (1954), Tenente Portela (1955) que foi subdividida e passou à fornecer terras à Humaitá, Campo Novo e Santo Augusto, Frederico Westphalen (1954) que mais tarde fornece território para Caiçara, Palmitinho e Vicente Dutra), Campo Novo (1959) que fornece território para São Martinho, Redentora, Braga e Miraguaí, Chapada (1959), Santo Augusto (1959) que fornece território à Coronel Bicaco (1964), Seberi (1959), Boa Vista do Buricá (1963), Erval Seco (1963), Planalto (1963), Rodeio Bonito (1963) e Condor (1965). (SOARES, 2004).

Apesar de todo o contexto histórico, o município de Palmeira das Missões foi fundado apenas em 06 de maio de 1874, mas instalou-se efetivamente no ano de 1875 quando ocorreu a primeira eleição municipal para a Câmara de Vereadores. (SOARES 2014)

Soares (2014) relata ainda que apesar das coincidências se comparada com a formação econômica do Rio Grande do Sul, o município de Palmeira das Missões – RS era inicialmente formado por povos indígenas que exploravam os ervais nativos existentes no município, pois o produto era utilizado em rituais nas Missões Jesuíticas. Posteriormente, surge no município o ciclo do tropeirismo onde os birivas (tropeiros de mulas) levavam os animais da região para o centro do país, precisamente na região de São Paulo e a partir de 1816 que começaram a se formar as primeiras fazendas e povoados urbanos.

Soares (2004) cita três fases que podem ser destacadas no povoamento do município de Palmeira das Missões: a fase inicial de reconhecimento e descoberta do território e dos ervais nativos pelos missionários jesuitas; ciclo do tropeirismo, marcado pela presença de paulistas na região como uma estratégia de defesa do território das missões e por fim, a terceira fase que estabeleceu a Comissão de Terras e Colonização.

A primeira etapa sendo uma fase de reconhecimento apenas, não chegava a formar núcleos urbanos fixos, mas sim, arranchamentos transitórios que duravam basicamente durante o período da safra da erva-mate e se refaziam na safra seguinte. Esses povoados transitórios, se caracterizavam basicamente pela procura da mata mais densa da erva-mate, especialmente no vale do Guarita e vale do Inhacorá, situados na parte ocidental da grande Palmeira (SOARES, 2004).

O ciclo do tropeirismo, descrito por Soares (2004), destaca um período de cerca de um século, que teve começo em 1816 e se estendeu até a formação do primeiro quartel do século XX. Com um caráter econômico, a presença dos paulistas tinha como objetivo a apropriação das criações jesuíticas, além da exploração da erva-mate e dos campos naturais que começavam a ser explorados. Nessa fase, inicia-se a formação de núcleos urbanos e as primeiras fazendas do município.

Em 1917, inicia a terceira fase de povoamento de Palmeira das Missões – RS, com a criação da Comissão de Terras e Colonização, que incentivou a agricultura, apesar da falta de maquinários e fertilizantes e também a criação de estradas distritais. A partir da criação desta comissão que houve a instalação de inúmeros núcleos urbanos, que hoje são importantes sedes da região, como Frederico Westphalen, Chapada, Seberi, entre outros (SOARES, 2004)

Com uma vasta área territorial, o município de Palmeira das Missões – RS, além de sua importância histórica nos interesses políticos do Rio Grande do Sul, tem em sua ocupação territorial marcada especialmente a partir da exploração da erva-mate, iniciada pela população cabocla e posteriormente com a chegada dos imigrantes de origem europeia, onde passaram a diversificar a economia em pequenas propriedades (ARDENGHI, 2003).

No entanto, Ardenghi (2003) destaca também que nesta mesma época além das pequenas propriedades, haviam também os latifundiários que ocuparam grandes áreas de terras, onde mantiveram uma estrutura conservadora no campo, até a segunda metade do século XX, onde começa a fase da modernização da agricultura e a grande propriedade passa a ser base da ocupação do município.

A área de formação do município, no que se refere ao território inicial, apresentou um espaço constituído de vegetação nativa alternando campos e matas, o que possibilitou a formação de duas economias específicas que determinaram os aspectos sócio-culturais, responsáveis em grande parte, pelos rumos que caracterizam o processo de apropriação da terra. (ARDENGHI, 2003, p. 30-31).

As características de zona campesina, interligadas com a atividade da pecuária extensiva, moldaram a formação sociocultural do município, onde o regionalismo e os valores do tradicionalismo gaúcho permanecem ainda hoje em vários grupos sociais (ARDENGHI, 2003).

Em relação aos demais municípios do Estado do Rio Grande do Sul, o município de Palmeira das Missões encontrava-se na principal área ervateira, o que fazia aumentarem as disputas pelas terras e estabelecimentos. Pelo motivo da

produtividade e extensão territorial do produto, Palmeira das Missões ficou conhecida como Capital do Mate no Rio Grande do Sul, porém após uma reunião entre autoridades municipais, em 1929, surgiu a Estação Experimental de Ilópolis que passa a ser conhecida como cidade da erva e propaga a produção de erva-mate em outros municípios do Estado e fora dele (SOARES, 2004).

Após caracterização do município de Palmeira das Missões, onde realizou-se o estudo sobre oferta e demanda de erva-mate, são caracterizadas as ervateiras que colaboraram com a realização do referido estudo e analisadas as informações obtidas a partir das entrevistas semi-estruturadas, a fim de alcançar os objetivos específicos definidos.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DAS ERVATEIRAS DE PALMEIRA DAS MISSÕES – RS

Neste subcapítulo são caracterizadas as ervateiras de Palmeira das Missões – RS e apresentados os resultados referentes às análises realizadas a partir das entrevistas semi-estruturadas, aplicadas aos ervateiros do município.

O estudo contou com a participação de 11 ervateiras, cujo nome ou razão social não foram mencionados e assim foram identificadas em ordem alfabética de A à K. A entrevista foi dividida em assuntos como dados da ervateira, mão de obra, matéria-prima, transporte, produção, comercialização, políticas públicas e preço, conforme se apresenta na sequência deste estudo.

4.2.1 Dados das ervateiras

A partir das entrevistas semi-estruturadas, em relação aos dados das ervateiras, considerou-se: função do entrevistado, tempo no mercado, número de marcas e origem do capital investido. No quadro 4 são apresentadas as informações obtidas.

Quadro 4 – Dados das ervateiras colaboradoras do estudo.

Ervateira	Função do Entrevistado	Tempo no mercado	Nº de marcas	Capital investido
A	Proprietário	20 anos	1	Próprio
B	Proprietário	12 anos	1	Próprio
C	Proprietário	25 anos	3	Próprio
D	Proprietário	18 anos	2	Próprio
E	Proprietário	14 anos	2	Próprio
F	Proprietário	3 anos	1	Próprio
G	Proprietário	4 anos	1	Próprio
H	Proprietário	11 anos	1	Próprio
I	Proprietário	4 anos	1	Próprio
J	Proprietário	50 anos	1	Próprio
K	Proprietário	32 anos	2	Próprio

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir do quadro 4 pode-se observar que todas as entrevistas foram realizadas diretamente com os proprietários das ervateiras. Em relação ao tempo da ervateira no mercado de Palmeira das Missões - RS, a ervateira J atua no ramo há 50 anos, enquanto a ervateira F iniciou seus trabalhos há apenas 3 anos e são estas, respectivamente, a ervateira mais antiga e mais nova do mercado. A ervateira K possui 32 anos de existência; a ervateira C possui 25 anos; a ervateira A possui 20 anos; a ervateira D, 18 anos; a ervateira E, 14 anos; a ervateira B, 12 anos; a ervateira H possui 11 anos e as ervateiras G e I possuem 4 anos.

Quando interrogados sobre o número de marcas que comercializam, observa-se que as ervateiras não possuem muitas marcas. Apenas a ervateira C possui três marcas e atua no mercado há 25 anos. As ervateiras D, E e K possuem duas marcas, enquanto as demais ervateiras trabalham apenas com a comercialização de uma marca. A ervateira C trabalha com três marcas em razão da variedade da ervamate que é produzida, que pode ser moída fina, moída grossa ou com adição de açúcar. As demais ervateiras que trabalham com mais de uma marca informaram que é pelo motivo de oferecerem outra variedade aos consumidores.

Em relação ao capital investido, percebe-se no quadro 4 que origina-se por meio de recursos próprios para todas as ervateiras, pois conforme informações dos próprios ervateiros, não há no setor financeiro, um incentivo ou programa voltado especificamente ao setor ervateiros.

4.2.2 Mão de obra

Para análise dos questionamentos levantados em relação à mão de obra nas ervateiras, o quadro 5 apresenta as informações repassadas pelos entrevistados. Os questionamentos levantados foram em relação ao trabalho familiar ou contratado; o número de empregados e se há dificuldade para encontrar mão de obra no município.

Quadro 5 – Mão de obra nas ervateiras colaboradoras do estudo.

Ervateiras	Familiar X Contratado	Nº de empregados	Dificuldade para encontrar mão de obra
A	Familiar e contratado	2	Sim
B	Familiar e contratado	4	Não
C	Contratado	5	Não
D	Familiar e contratado	5	Não
E	Familiar e contratado	1	Sim
F	Familiar	0	Sim
G	Familiar e contratado	2	Sim
H	Familiar	0	Não faz contratações
I	Familiar	0	Sim
J	Contratado	5	Não
K	Familiar	0	Não

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Em relação à mão de obra, do total de 11 ervateiras, cinco delas possuem mão de obra familiar, mas também contratada. Já outras quatro ervateiras possuem mão de obra somente familiar enquanto duas ervateiras possuem mão de obra somente contratada. As duas ervateiras com mão de obra somente contratada são as ervateiras C e J, que coincidentemente são as ervateiras que estão há mais tempo no mercado, com 25 e 50 anos, respectivamente e ambas possuem cinco empregados cada. A ervateira C já possuiu 20 empregados no seu quadro funcional, porém por razões processuais em relação a direitos do trabalhador, acabou por reduzir o quadro de funcionários.

Sobre a dificuldade para encontrar mão de obra no município de Palmeira das Missões – RS, cinco ervateiras encontram dificuldade, outras cinco ervateiras informaram que não há dificuldades para encontrarem mão de obra e apenas uma ervateira informou que não faz contratações por motivos de segurança em relação a processos trabalhistas que pode sofrer em razão que a fabricação de erva-mate exige esforço manual dos trabalhadores no momento da poda e secagem das folhas e por garantia, o trabalho na referida ervateira é totalmente familiar.

4.2.3 Matéria-prima

A matéria-prima origina o produto final para os consumidores. Na entrevista semi-estruturada foram considerados questionamentos como produção própria ou adquirida de terceiros; origem da matéria-prima quando adquirida de terceiros; tempo de processamento após recebimento da matéria-prima; período do ano que há maior transformação da matéria-prima e estrutura de produção para uso próprio ou prestação de serviços. As informações obtidas são apresentadas no quadro 6.

Quadro 6 – Matéria-prima nas ervateiras colaboradoras do estudo.

	Produção	Origem	Processamento	Transformação	Estrutura
A	Ambos	Município	7 horas	Inverno	Própria
B	Terceiros	Região	24 horas	Inverno	Própria
C	Terceiros	Região	24 horas	Inverno	Ambos
D	Ambos	Região	24 horas	Inverno	Própria
E	Terceiros	Arvorezinha e PR	120 horas	Inverno	Própria
F	Própria	-	24/48 horas	Inverno	Própria
G	Terceiros	Região	3 horas	Inverno	Própria
H	Terceiros	Região	24 horas	Inverno	Própria
I	Ambos	Região	24 horas	Inverno	Própria
J	Terceiros	Região	24 horas	Inverno	Própria
K	Ambos	Ilópolis	24 horas	Inverno	Própria

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir do quadro 6, percebe-se que em relação aos ervais para uso nas ervateiras do município de Palmeira das Missões – RS, predomina a aquisição da

erva-mate in natura de terceiros (em seis ervateiras) e produção própria e de terceiros em outras quatro ervateiras. Somente a ervateira F produz toda a matéria-prima que utiliza na ervateira, sem a necessidade de adquiri-la para produção da erva-mate.

Conforme observado no quadro 03, a matéria-prima adquirida de terceiros, é proveniente de outros municípios da região. Apenas duas ervateiras (E e K), adquirem erva-mate in natura em outros municípios que não integram o polo ervateiro Planalto Missões mas o polo ervateiro Alto Taquari, especificamente nos municípios de Arvorezinha, Ilópolis, porém parte da matéria-prima também é oriunda do estado do Paraná.

Para 7 ervateiras que colaboraram com a realização do estudo, o tempo de processamento após recebimento da matéria-prima é de no máximo 24 horas (um dia). Para a ervateira A, o tempo de processamento da matéria-prima após o recebimento é de 7 horas, enquanto para a ervateira G é de apenas 3 horas. Para a ervateira E que obtém a matéria-prima no município de Arvorezinha e também no estado do Paraná, o tempo de processamento após recebimento do produto pode ser de até 120 horas, ou seja, 5 dias.

O motivo do tempo de processamento da produção ser maior na ervateira E, se comparado com outras ervateiras, é explicado em razão da quantidade de erva-mate adquirida. Como provém de cidades distantes, adquirem-se quantidades maiores de matéria-prima.

O período do ano em que há maior transformação de matéria-prima é no inverno, pois a safra da erva-mate ocorre entre os meses de maio a agosto, porém também há colheita da erva-mate em outros períodos do ano, inclusive no verão, mas de forma reduzida, pois as ervateiras de Palmeira das Missões - RS não trabalham com estoque elevado e produzem conforme a demanda dos consumidores.

Quanto à estrutura de produção das ervateiras, somente a ervateira C presta serviços para transformação da matéria-prima. As demais ervateiras possuem estrutura própria, somente para a sua produção. Quando perguntado sobre a prestação de serviços para outras ervateiras, o entrevistado que representou a ervateira C informou que presta serviços para pequenas ervateiras clandestinas e comentou que apesar de atrapalharem os negócios no mercado ervateiro municipal, as ervateiras clandestinas também precisam sobreviver e explicou que a sua própria

ervateira também iniciou com o serviço clandestino até chegar onde se encontra na atualidade.

4.2.4 Transporte

Outro fator considerado na entrevista com os ervateiros refere-se ao transporte da produção, tanto para a parte da matéria-prima quanto para a comercialização do produto embalado. No quadro 7 são apresentadas as informações obtidas a partir das entrevistas semi-estruturada referente ao transporte da matéria prima até a ervateira, transporte da erva-mate embalada até o ponto de venda; transporte próprio ou terceirizado e também problemas relacionados à perda/danos há matéria-prima durante o transporte.

Quadro 7 – Transporte nas ervateiras colaboradoras do estudo.

Ervateiras	Até a ervateira	Até o ponto de venda	Próprio ou terceirizado	Problemas
A	Caminhão	Caminhonete	Próprio	-
B	Caminhão	Caminhonete	Próprio	-
C	Caminhão	Carro	Próprio	-
D	Caminhão	Carro	Próprio	Poda à ervateira
E	Caminhão	Caminhonete	Próprio	Umidade
F	Caminhão	Carro	Próprio	-
G	Caminhão	Carro	Próprio	-
H	Caminhão	Carro	Próprio	Umidade
I	Caminhão	Carro	Próprio	-
J	Caminhão	Carro	Próprio	-
K	Caminhão	Caminhonete	Próprio	-

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

De modo geral, o transporte utilizado pelas ervateiras entrevistadas é de uso próprio, tanto para a parte da colheita, quanto para a comercialização. Para realizar o transporte da erva-mate in natura até a ervateira, todas as ervateiras fazem uso de caminhão e para o transporte do produto final até os pontos de venda se utilizada carro ou caminhonete. Quanto aos problemas relacionados à perda/danos à matéria-prima durante o transporte da erva-mate, três ervateiras apontaram problemas principalmente relacionados à umidade (Ervateira E e H). Para a ervateira D o

principal problema é referente ao transporte da erva-mate da poda até a ervateira, onde se perde aproximadamente 1% da produção em razão do vento.

4.2.5 Produção

Ao considerar os fatores de produção (terra, trabalho, capital, capacidade empresarial e capacidade tecnológica), a partir dos quais obtém-se o produto final, tornou-se importante identificar algumas informações, como os produtos que são fabricados pela ervateira a partir da matéria-prima; quantidade média de erva-mate produzida por ano na ervateira; se a maneira de trabalho da ervateira é com grande estoque ou estoque reduzido; tempo máximo de estocagem do produto final; destino do excedente da produção não vendida. No quadro 8 são apresentadas tais informações, obtidas a partir da aplicação das entrevistas semi-estruturadas com os ervateiros.

Quadro 8 – Produção nas ervateiras colaboradoras do estudo.

	Produtos	Média anual	Estoque	Tempo Estocagem	Excedente
A	Erva-mate Chimarrão	15 mil kg	Reduzido	30 dias	Não há
B	Erva-mate Chimarrão	48 mil kg	Reduzido	10 dias	Não há
C	Erva-mate e Tererê	120 mil kg	Não há	Não há	Não há
D	Erva-mate Chimarrão	60 mil kg	Reduzido	100 dias	Adubo
E	Erva-mate Chimarrão	100 mil kg	Reduzido	15 dias	Adubo
F	Erva-mate Chimarrão	13 mil kg	Reduzido	15 dias	Adubo
G	Erva-mate Chimarrão	14 mil kg	Reduzido	15 dias	Não há
H	Erva-mate Chimarrão	48 mil kg	Reduzido	60 a 90 dias	Não há
I	Erva-mate Chimarrão	Não informou	Reduzido	2 dias	Diminui preço
J	Erva-mate Chimarrão	150 mil kg	Médio	15 dias	Não há
K	Erva-mate Chimarrão	50 mil kg	Não há	Não há	Não há

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

O quadro 8 apresenta informações relevantes referente à produção de erva-mate e pode-se observar que as ervateiras que atuam há mais tempo no mercado possuem maior produção e somente a ervateira C que trabalha há 50 anos no ramo, oferece erva-mate chimarrão e também para consumo de tererê. As demais

ervateiras produzem apenas erva-mate chimarrão e informaram que não produzem outro tipo de produto pelo fato que não há relativa demanda no município. Em relação à quantidade média anual produzida pelas ervateiras, ao considerar a lista dos 10 municípios do Rio Grande do Sul com maior produção em toneladas nos anos de 2014, 2015 e 2016, o município de Palmeira das Missões – RS ocupava a terceira colocação com o registro de 21 mil toneladas a cada ano. Ao somar a média anual informada pelas ervateiras, obteve-se o valor de 618 mil kg de erva-mate, ou seja, 618 toneladas.

A partir disso, percebe-se uma disparidade em relação às informações obtidas através do IBGE, o que possivelmente indica que as informações repassadas pelos ervateiros não condizem com a realidade produtiva, a qual indicou uma diferença de aproximadamente 20 milhões de kg de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS.

Na busca de identificar uma explicação para significativa diferença nas informações, contatou-se a EMATER do município de Palmeira das Missões – RS, onde um dos responsáveis pelo setor da erva-mate informou que o mesmo fato já teria ocorrido em outras oportunidades e constatou-se que os ervateiros não informam a quantidade correta produzida por questões de fiscalização municipal e faturamento.

Além disso, o responsável pelo setor informou que o registro da produção de erva-mate a partir das informações do IBGE não apresentam as quantidades produzidas por ervateiras clandestinas, o que dificulta ainda mais o controle em relação à quantidade de erva-mate produzida anualmente.

Apesar da relevante quantidade de erva-mate produzida, a partir das entrevistas semi-estruturadas observou-se que praticamente todas as ervateiras trabalham com estoque reduzido e somente a ervateira J possui estoque médio. As ervateiras C e K não possuem estoque e segundo os entrevistados, produzem somente o que o mercado demanda.

Quanto ao tempo de estocagem da erva-mate produzida, o tempo máximo pode-se observar na ervateira H, entre 60 a 90 dias, enquanto o menor período de estocagem registrou-se na ervateira J, com apenas 2 dias.

Quando interrogados sobre o que realizam com o excedente de erva-mate que no caso, acaba não sendo vendida nos pontos de venda, 3 ervateiras informaram que utilizam o excedente como adubo. Com o excedente da erva-mate,

somente a ervateira I acaba por reduzir o preço e comercializar o produto da mesma forma enquanto as demais ervateiras confirmaram que não há excedente.

4.2.6 Comercialização

Como utilizou-se a teoria da produção como meio teórico para embasamento deste estudo, também foi importante considerar questionamentos voltamos à comercialização de tal produção. Assim, os entrevistados repassaram informações da ervateira referente a possuir ponto de venda (1); apontar os principais pontos de venda no município de Palmeira das Missões – RS (2); comercialização de produtos no mercado regional (3); porcentagem comercializada em Palmeira das Missões – RS (4); principal dificuldade para incluir a produção no mercado regional (5); período do ano que aumenta a demanda (6), conforme apresentado no quadro 9.

Quadro 9 – Comercialização nas ervateiras colaboradoras do estudo.

	1	2	3	4	5	6
A	Próprio	Supermercados	Sim	60%	Concorrência	Inverno
B	Próprio	Supermercados	Sim	90%	Preço	Inverno
C	Próprio	Supermercados	Sim	60%	Não há.	Inverno
D	Próprio	Supermercados	Sim	10%	Não há.	Inverno
E	Próprio	Supermercados	Sim	80%	Desconhecem	Inverno
F	Próprio	Supermercados	Sim	30%	Estrutura	Inverno
G	Próprio	No ponto próprio	Sim	10%	Concorrência	Inverno
H	Próprio	Supermercados	Sim	60%	Manter qualidade	Inverno
I	Não próprio	Supermercados	Sim	5%	Não há.	Inverno
J	Próprio	Supermercados	Sim	60%	Erva muito forte.	Inverno
K	Próprio	Supermercados	Sim	50%	-	Inverno

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir do quadro 9, se observa que das 11 ervateiras que colaboraram com a realização deste estudo, apenas a ervateira I não possui ponto de venda próprio e somente a ervateira D possui ponto de venda próprio, porém localizado em outro município. As demais ervateiras entrevistadas possuem ponto de venda próprio em Palmeira das Missões – RS. Quando questionados sobre os principais pontos de

venda no município, somente a ervateira G informou que o principal ponto de venda é na própria ervateira. Para as demais ervateiras, o principal ponto de venda são os supermercados do município.

Quanto à comercialização da produção no mercado regional, todas as ervateiras disponibilizam seus produtos, principalmente em municípios vizinhos, localizados no polo ervateiro Planalto Missões. Porém também há algumas ervateiras, como é o caso da ervateira G que comercializa maior parte da sua produção na região metropolitana do Rio Grande do Sul, conforme citado pelo proprietário.

Em relação à porcentagem de erva-mate produzida que é ofertada no comércio local, a ervateira B é que mais comercializa a produção e chega ofertar 90% de sua comercialização no município. A ervateira I comercializa apenas 5% da sua produção de erva-mate em Palmeira das Missões – RS, disponibilizada em alguns supermercados da cidade, porém seu enfoque de comercialização está no mercado regional, tanto que não possui ponto próprio de venda. As ervateiras D (10%), G (10%) e F (30%) comercializam sua produção praticamente no mercado regional pois consideram que no mercado local há considerável concorrência no setor ervateiro, embora sintam dificuldades para incluírem sua produção no mercado regional.

4.2.7 Políticas Públicas para as ervateiras

Os questionamentos levantados aos entrevistados sobre políticas públicas voltadas para as ervateiras foram referente à recebimento de incentivos para iniciar a produção de erva-mate; se a ervateira é filiada em algum sindicato ou associação de ervateiros e se existe alguma “parceria” entre as ervateiras para atender maiores mercados ou se predomina a concorrência. No quadro 10 são apresentadas as informações obtidas a partir das entrevistas semi-estruturadas.

Quadro 10 – Políticas públicas nas ervateiras colaboradoras do estudo.

Ervateiras	Incentivos	Filiada a sindicato	Parceria X Concorrência
A	Não há	Não há	Concorrência
B	Não há	Sim	Concorrência

C	Não há	Sim	Concorrência
D	Não há	Sim	Concorrência
E	Não há	Sim	Concorrência
F	Não há	Sim	Concorrência
G	Não há	Não há	Concorrência
H	Não há	Sim	Concorrência
I	Não há	Não há	Concorrência
J	Não há	Não há	Concorrência
K	Não há	Sim	Concorrência

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Os proprietários das ervateiras que colaboraram com a realização deste estudo, comentaram que o ramo ervateiro de Palmeira das Missões – RS não recebem nenhum incentivo por meio do poder público, o que dificulta a atividade ervateira e acabam por utilizar recursos próprios para investimentos.

Dentre as 11 ervateiras entrevistadas, 4 delas não possuem nenhuma filiação à sindicatos ou associação de ervateiros, enquanto as outras 8 ervateiras são filiadas à algum órgão, porém comentam que recebem poucos incentivos para a produção pois realizam-se encontros periódicos que são voltados ao manejo da erva-mate, o que não motiva a participação dos ervateiros.

Quando perguntados sobre a existência de “parceria” ou concorrência entre as ervateiras de Palmeira das Missões – RS, os entrevistados responderam de forma unânime que predomina a concorrência e não há “parcerias” dentro do setor.

4.2.8 Preço

Nos últimos anos, o mercado consumidor pode perceber alterações no preço da erva-mate e assim buscou-se levantar algumas informações a respeito deste fator. Durante a realização das entrevistas, os ervateiros limitaram-se a comentar sobre valores (investimentos, preços, custos, etc), porém o que foi repassado pelos entrevistados diz respeito ao preço de venda do quilo da erva-mate no próprio ponto de venda da ervateira.

No quadro 11 são apresentadas as informações levantadas a partir das entrevistas semi-estruturadas referentes ao acompanhamento de preços praticado pelos concorrentes além da definição do preço da erva-mate para comercialização; preço praticado na comercialização de 1kg de erva-mate; o que torna mais caro o custo da fabricação da erva-mate e se o trabalho (mão de obra) pode ser justificado como motivo para variação do preço nos últimos anos.

Quadro 11 – Preço nas ervateiras colaboradoras do estudo.

	Preço	Definição do preço	1kg	Aumenta o custo	Mão de obra
A	Não	-	R\$ 7,00	Impostos	Sim
B	Não	Média de custos	R\$ 8,00	Impostos	Sim
C	Não	-	R\$ 7,50	Impostos	Não
D	Não	Média de custos	R\$ 7,00	Matéria-prima	Não
E	Sim	Média de custos	R\$ 8,00	Matéria-prima	Não
F	Sim	Preço do concorrente	R\$ 7,00	Mão de obra	Sim
G	Sim	-	R\$ 9,00	Impostos	Em partes
H	Não	Média de custos	R\$ 7,50	Mão de obra	Sim
I	Sim	Conforme mercado	R\$ 7,00	Impostos	Sim
J	Não	Média de custos	R\$ 7,00	Mão de obra	Sim
K	Sim	Média de custos	R\$ 8,00	Matéria-prima	Sim

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Apesar de cada ervateira possuir seu próprio registro no município de Palmeira das Missões – RS, se observou que existem laços familiares entre alguns proprietários e isso faz com que o preço do produto praticado pelo concorrente seja do próprio conhecimento, porém esta informação não é relevante para a formação do preço pois em sua maioria, apesar de acompanharem os preços concorrentes, determinam o preço do seu produto a partir de seus custos e não há variação relevante de preços para cada quilo de erva-mate comercializada nas ervateiras. Apenas para a ervateira I, a definição do preço de seu produto é através da análise do mercado e para a ervateira F, a definição do preço é dada a partir de análises do preço de seus concorrentes. Algumas ervateiras (A, C e G) preferiram não responder como definem o preço de seu produto.

O quilo da erva-mate é comercializado nas ervateiras por valores que variam de R\$ 7,00 à R\$ 9,00, porém observa-se que o acréscimo no preço de um quilo ocorre nos supermercados, conforme comentado pelos entrevistados e por este motivo as ervateiras mantêm pontos de venda próprios, pois os supermercados acabam por ser concorrentes em razão de estarem mais próximos dos consumidores.

Quando interrogados sobre o que torna o custo de fabricação da erva-mate mais caro, 5 entrevistados informaram que os impostos fazem com que o preço do quilo de erva-mate seja elevado e este acaba por ser um dos principais motivos da existência de ervateiras clandestinas. Para 3 entrevistados, a matéria-prima é o principal componente que resulta no aumento do valor final do produto, pelo fato que a erva-mate in natura é adquirida de municípios distantes e o alto preço do combustível encarece o produto final. Para outros 3 entrevistados, a mão de obra é o principal motivo que causa o aumento do preço do produto final.

Em relação à mão de obra ter sido o fator que pode ter aumentado o preço do quilo de erva-mate nos últimos anos, 07 entrevistados informaram que este foi o real motivo. Para outras três ervateiras, a mão de obra não influenciou no aumento de preços e para a ervateira G, a mão de obra foi em partes, uma das responsáveis pelo aumento significativo dos preços nos últimos anos.

Com a aplicação das entrevistas semi-estruturadas com os proprietários das ervateiras foi possível identificar que a mão de obra utilizada no ramo ervateiro é basicamente familiar e em época de safra, algumas ervateiras utilizam de mão de obra contratada, pois nesta época se exige maior demanda de produto no mercado. Quanto à matéria-prima, é praticamente oriunda de terceiros e na sua maioria adquirida em municípios vizinhos, na própria região de Palmeira das Missões – RS, onde o transporte é feito em caminhões próprios até a ervateira e posteriormente utilizam carros e caminhonetes para o transporte até os pontos de venda.

Quanto à produção, apenas uma ervateira diversifica sua produção em erva-mate para chimarrão e erva-mate para tererê. Quanto à comercialização, é feita em supermercados do município de Palmeira das Missões – RS e região e em relação à dificuldade para introduzir sua produção em maiores mercados, os ervateiros informaram que encontram barreiras quanto à preço, estrutura, concorrência e até mesmo pela erva-mate de Palmeira das Missões – RS que possui um sabor diferenciado, se comparada com ervateiras de outros polos.

Em relação às políticas públicas, os ervateiros que foram entrevistados, informaram que são filiados à sindicatos porém não recebem incentivos financeiros para a produção e assim acabam por utilizar recursos próprios para seus investimentos.

Quanto a valores, o preço praticado pelo quilo de erva-mate adquirido diretamente na ervateira varia entre R\$ 7,00 a R\$ 9,00 e a matéria-prima, mão de obra e impostos são os principais responsáveis pelo aumento no preço da erva-mate, conforme informações repassadas pelos proprietários.

4.3 PERFIL DOS CONSUMIDORES DE ERVA-MATE EM PALMEIRA DAS MISSÕES - RS

A análise da produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS, se desenvolveu a partir da aplicação de 380 questionários, que representam a amostra probabilística da população municipal e também a partir da aplicação de entrevistas semi-estruturadas realizadas com 11 ervateiros locais. Já os questionários foram aplicados em 12 supermercados do município. No desenvolvimento deste estudo, não foram divulgados os nomes dos entrevistados, dos supermercados e marcas das ervateiras que colaboraram com a participação nas entrevistas semi-estruturadas.

Como instrumento de caracterização da amostra, a primeira pergunta a ser respondida nos questionários, referia-se ao gênero. A tabela 3 apresenta as informações obtidas a partir da tabulação dos questionários.

Tabela 3 – Gênero da população amostral.

	Participantes	%
Masculino	152	40,00
Feminino	228	60,00
Total	380	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

O município de Palmeira das Missões – RS possui 34.907 habitantes de acordo com a estimativa da população em 2016 (IBGE, 2016). O estudo foi realizado com 380 habitantes, dos quais 60% representam o gênero feminino e 40% representam o gênero masculino, ou seja, 152 e 228 respondentes, respectivamente. Os participantes foram escolhidos aleatoriamente enquanto realizavam suas compras nos supermercados conforme estratificação da amostra.

Conforme apresenta a tabela 4, a definição da faixa etária da população amostral foi dada a partir de quatro variáveis.

Tabela 4 – Faixa etária da população amostral.

Faixa etária	Participantes	%
18 a 25 anos	91	23,90
26 a 35 anos	134	35,30
36 a 45 anos	92	24,20
Acima de 46 anos	63	16,60
Total	380	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir da tabela 4, percebe-se que a faixa etária de maior expressão entre os participantes do estudo é de 26 a 35 anos, que representam 35,30% da amostra. Do lado contrário, a faixa etária que menos respondeu ao questionário foram participantes acima de 46 anos que representou 16.60% da população amostral.

Em relação à renda familiar dos participantes no estudo, a tabela 5 apresenta a porcentagem referente a cada variável.

Tabela 5 – Renda familiar da população amostral.

	Participantes	%
0 a 1 salários	30	7,90
1 a 2 salários	138	36,30
2 a 4 salários	132	34,70
Mais que 4 salários	80	21,10
Total	380	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Na tabela 5 pode-se identificar que 36,30% da população amostral dos consumidores, recebem entre 1 e 2 salários mínimos e 34,70% recebem entre 2 a 4 salários mínimos. Ou seja, 71% da amostra populacional possui renda salarial familiar nos valores que variam entre 1 e 4 salários mínimos que atualmente é de R\$ 954,00.

Para complementar a caracterização da população amostral que participou do estudo, a tabela 6 apresenta informações relacionadas à escolaridade.

Tabela 6 – Escolaridade da população amostral.

	Participantes	%
Fundamental incompleto	18	4,70
Fundamental completo	24	6,30
Médio incompleto	15	3,90
Médio completo	184	48,40
Cursando graduação	47	12,40
Graduação completa	68	17,90
Cursando pós-graduação	6	1,60
Pós-graduação completa	18	4,70
Total	380	100,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

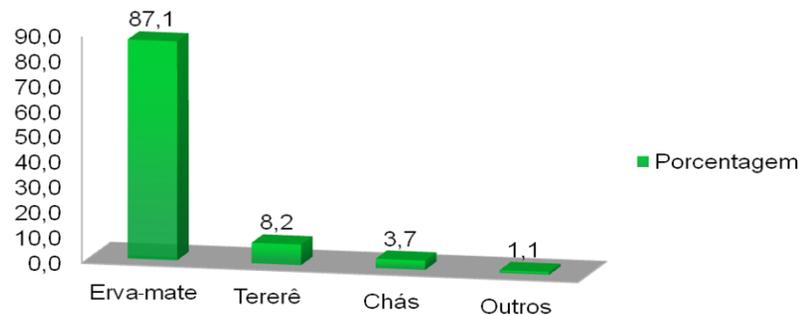
A partir da tabela 6, onde constam dados referentes à escolaridade, percebe-se que a maior parcela dos participantes possui ensino médio completo, o que representou 48,40% da amostra. A menor porcentagem apresentada é vista na variável cursando pós-graduação, onde há o registro de apenas 1,60% dos participantes. Uma informação que chama atenção pelo fato de apresentar a mesma porcentagem refere-se à variável fundamental incompleto e à variável pós-graduação completa que há 4,70% do total da amostra.

4.4 DEMANDA DE ERVA-MATE EM PALMEIRA DAS MISSÕES - RS

Para análise da demanda de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS foram considerados 380 questionários, respondidos por consumidores. Em relação à preferência de produto para consumo, foram

considerados erva-mate para chimarrão, tererê, chás e outros. No gráfico 1 apresentam-se as informações obtidas através do questionamento.

Gráfico 1 – Preferência de produto para consumo.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

No gráfico 1, pode-se observar que 87,1% dos consumidores tem como preferência a erva-mate para chimarrão, ou seja, 331 respondentes. Já 8,2% dos consumidores, que representam 31 respondentes, preferem consumir a erva-mate através do tererê (bebida derivada da erva-mate, porém consumida com água gelada) e 3,7% dos consumidores, que indicam 14 respondentes, consomem erva-mate em chás e apenas 1,1% dos consumidores, ou seja, 4 respondentes, consomem erva-mate de outra forma.

A partir das informações que os ervateiros repassaram durante as entrevistas, o tererê é consumido em regiões mais quentes (Centro-Oeste e Norte brasileiro). Assim, como atendem praticamente o mercado local, não torna-se viável a produção de erva-mate para tererê.

Uma forma explicativa para a diferença na quantidade do consumo de tais produtos referem-se à maioria das ervateiras de Palmeira das Missões – RS, que não ofertam a erva-mate em outra forma, se não para o chimarrão e também pelo fato do chimarrão ser uma bebida típica no Estado do Rio Grande do Sul e fazer parte do cotidiano do povo rio-grandense.

Por ser um costume repassado de geração para geração, pode-se dizer que o chimarrão é apresentado ainda na infância de muitos consumidores. Assim, tornou-se interessante identificar com qual faixa etária os consumidores que responderam o

questionário, passaram a consumir chimarrão. No gráfico 2, são apresentadas as informações, com a devida faixa etária:

Gráfico 2 – Faixa etária que o respondente passou a consumir chimarrão.

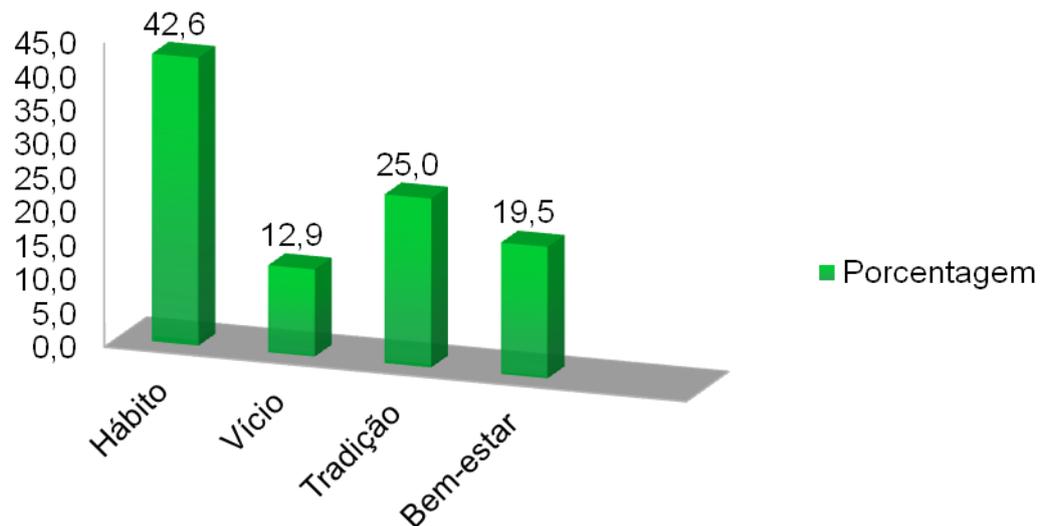


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir do gráfico 2, observa-se que entre os consumidores respondentes do questionário, em sua maioria, começaram a consumir chimarrão ainda na juventude, entre 11 e 15 anos, ou seja, 167 consumidores que representam 43,9% do total dos respondentes. Já 119 consumidores, ou seja, 31,3% dos respondentes passaram a consumir chimarrão com idade entre 16 e 20 anos, enquanto 15,30% dos respondentes que representam 58 consumidores iniciaram o consumo antes mesmo dos 10 anos de idade. Dentre os consumidores, 30 deles, ou seja, 7,9% dos respondentes passaram a consumir chimarrão entre 21 e 25 anos. Somente 4 consumidores passaram à consumir chimarrão entre 25 e 30 anos, que representam 1,1% dos respondentes e apenas 0,5% ou seja, 1 consumidor respondeu que iniciou a tomar chimarrão com mais de 30 anos.

Para muitos consumidores o ato de sorver o chimarrão é um costume diário. Desta forma, realizou-se o levantamento onde os consumidores foram solicitados a responder como consideram o chimarrão, a partir as opções disponíveis que foram: hábito, vício, tradição e bem-estar. No gráfico 3 apresentam-se os resultados, de acordo com as informações obtidas a partir da aplicação dos questionários para os consumidores de erva-mate.

Gráfico 3 – Como considera o ato de tomar chimarrão.



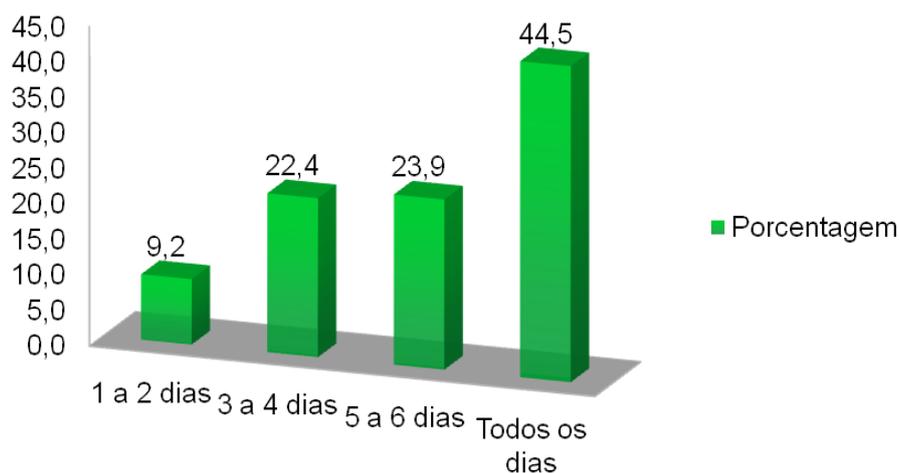
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

O ato de tomar chimarrão é considerado como hábito para a maioria dos respondentes, sendo registrado 42,6% que representa 162 consumidores e isso justifica-se pelo fato que o consumo do chimarrão passou por gerações, tendo início com os povos indígenas no Estado do Rio Grande do Sul, desde o tempo em que o Estado ainda era disputado entre portugueses e espanhóis. Já 25% dos respondentes, ou seja, 95 consumidores consideram que tomar chimarrão seja uma tradição, pelo fato de cultivar um costume local, sendo Palmeira das Missões, considerada o berço da erva-mate, conforme citado no referencial teórico deste estudo. O consumo de chimarrão é considerado como bem-estar por 19,5% (74 consumidores) e 12,9% (49 consumidores) consideram que tomar chimarrão seja um vício.

O consumo da erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS também pode ser explicado a partir do gráfico 4, onde os respondentes informaram o consumo semanal de erva-mate/chimarrão. Pôde-se observar que a maioria dos respondentes consomem erva-mate/chimarrão todos os dias da semana, sendo este um produto essencial para o consumo de suas famílias. No gráfico 4 são

apresentados as respectivas informações obtidas a partir do levantamento de dados através dos questionários.

Gráfico 4 – Consumo semanal de erva-mate/chimarrão.



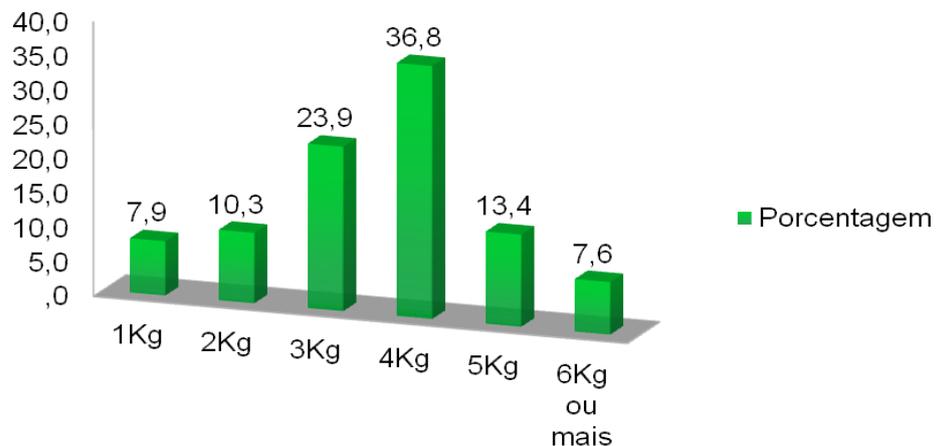
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

O chimarrão, bebida típica no Estado do Rio Grande do Sul faz parte do cotidiano das famílias desde a época onde os portugueses e espanhóis lutavam contra os indígenas pela divisão de terras no território sul rio-grandenses. Assim, o hábito de tomar chimarrão passou por gerações e esta tradição continua à perpetuar pelo Estado.

Assim, a partir do gráfico 4, realizou-se um levantamento referente ao consumo semanal de erva-mate/chimarrão pelos respondentes do questionário aplicado aos consumidores de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS. Desta forma, foi possível que 44,5% que representam 169 consumidores, tomam chimarrão todos os dias. O consumo de erva-mate/chimarrão em 5 a 6 dias da semana é representado por 23,9% dos respondentes, ou seja, 91 consumidores. Com o registro de 22,4%, ou seja, 85 consumidores, a opção de 3 a 4 dias da semana foi a escolhida e em apenas 1 a 2 dias da semana, constam 9,2% dos respondentes que indicam outros 35 consumidores que colaboraram com sua participação.

Assim, percebe-se que a maioria dos respondentes consomem o produto em praticamente todos os dias da semana. A partir da análise do consumo semanal de erva-mate/chimarrão, no gráfico 5, buscou-se avaliar a quantidade mensal de erva-mate consumida na residência do entrevistado.

Gráfico 5 – Quantidade mensal de erva-mate consumida.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Após observar que o consumo semanal do chimarrão pelos consumidores respondentes do questionário, em sua maioria é praticamente todos os dias, foi observada a quantidade mensal de erva-mate consumida na residência dos entrevistados.

A partir do gráfico 5, se observou que 36,8% dos respondentes que representam 140 consumidores, consomem 4kg de erva-mate por mês em suas residências. Já 23,9% dos respondentes, ou seja, 91 consumidores fazem uso de 3kg de erva-mate por mês. Outros 13,4% dos respondentes que representam 51 consumidores informaram através de suas respostas no questionário que consomem 5kg de erva-mate em um mês nas suas residências. Já 10,3% dos respondentes, ou seja, 39 consumidores fazem uso de 2kg de erva-mate ao mês. Outros 30 consumidores que representa 7,9% do total de respondentes utilizam apenas 1kg de erva-mate por mês enquanto 7,6% ou seja, 29 consumidores utilizam 6kg ou mais de erva-mate em suas residências durante um mês.

A variação na quantidade de erva-mate consumida na residência dos entrevistados pode ser explicada através da quantidade de vezes que o chimarrão é consumido durante o dia, além do tamanho da cuia que é utilizada no preparo do chimarrão. Assim, na pergunta seguinte do questionário, foi considerada a frequência com que o consumidor toma chimarrão em apenas um dia. No gráfico 6, apresentam-se as informações obtidas a partir da tabulação das respostas dos consumidores respondentes.

Gráfico 6 – Frequência que toma chimarrão em apenas um dia.



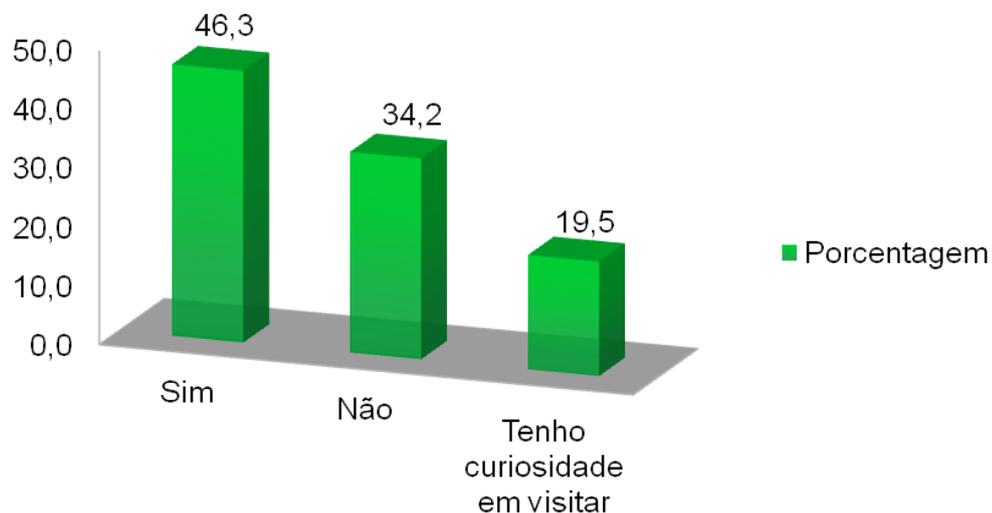
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir do gráfico 6 pode-se observar que 47,1%, ou seja, 179 consumidores da amostra considerada no estudo, consomem chimarrão duas vezes ao dia e 31,8% que representam 131 consumidores consomem chimarrão apenas uma vez ao dia. A opção do consumo de chimarrão por três vezes ao dia foi escolhida por 14,2% dos respondentes que representam 54 consumidores e apenas 6,8% que indicam 26 respondentes, consomem chimarrão quatro ou mais vezes ao dia.

Enquanto o respondente repassava as informações para preenchimento do questionário aplicado, a opção com mais relevância dentre as opções de resposta foi o consumo de chimarrão duas vezes ao dia e na sua maioria, o consumidor informou que o consumo de chimarrão ocorre principalmente no período da manhã, logo após acordar-se ou então no final da tarde, quando chega do trabalho e juntam com a família ou vizinhos.

No entanto, o consumo de erva-mate/chimarrão não resulta necessariamente no conhecimento de um estabelecimento produtor de erva-mate (ervateira) ou até mesmo em seus processos para transformação da matéria-prima. Para analisar se os consumidores de erva-mate já teriam realizado alguma visita há alguma ervateira, os respondentes foram solicitados à escolher entre as opções sim, não ou tenho curiosidade em visitar. O gráfico 7 apresenta os dados obtidos a partir da aplicação dos questionamento levantado aos consumidores.

Gráfico 7 – Visitou alguma ervateira.



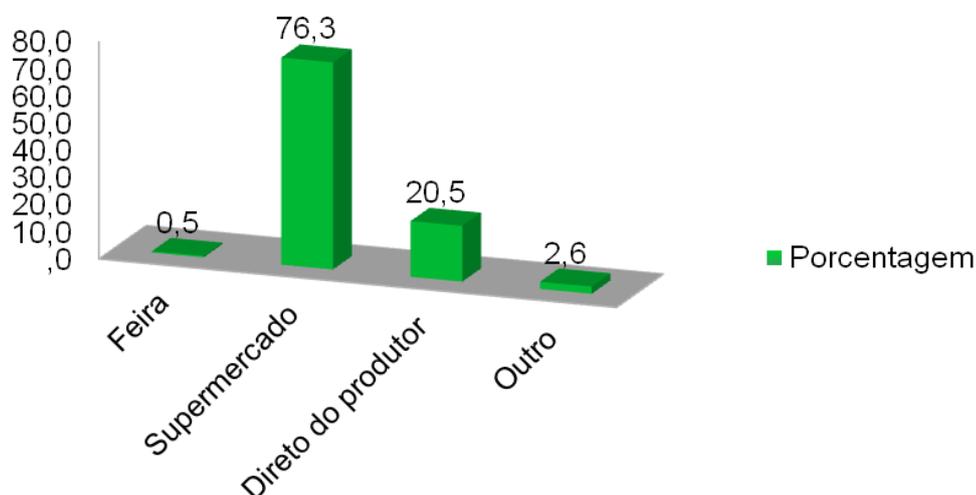
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Dentre os entrevistados, 46,3% dos consumidores que representam 176 respondentes, confirmaram que já visitaram um estabelecimento onde se produz erva-mate (ervateira). Já 204 consumidores que representam 53,7% dos respondentes, informaram que nunca visitaram uma ervateira. Já 74 consumidores que representam 19,5% da amostra tem a curiosidade em visitar uma ervateira enquanto 130 consumidores, ou seja, 34,2% dos respondentes, não demonstraram interesse em conhecer uma ervateira, apesar de serem consumidores do referido produto.

Ao considerar o questionamento referente à visita em alguma ervateira, tornou-se importante questionar os consumidores com relação ao estabelecimento onde adquirem a erva-mate pois percebeu-se a maioria dos respondentes ainda não conhecem ou realizaram uma visita há uma ervateira e é também um local onde

comercializa-se o produto final. Desta forma as opções disponibilizadas como respostas para analisar o estabelecimento onde os consumidores adquirem a erva-mate que consomem foram: feira, supermercado, direto do produto ou outro, sendo que o respondente neste caso citava a opção. No gráfico 8, são apresentadas as informações retiradas a partir da tabulação dos dados oriundos dos questionários aplicados aos consumidores de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS.

Gráfico 8 – Estabelecimento onde adquire erva-mate.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

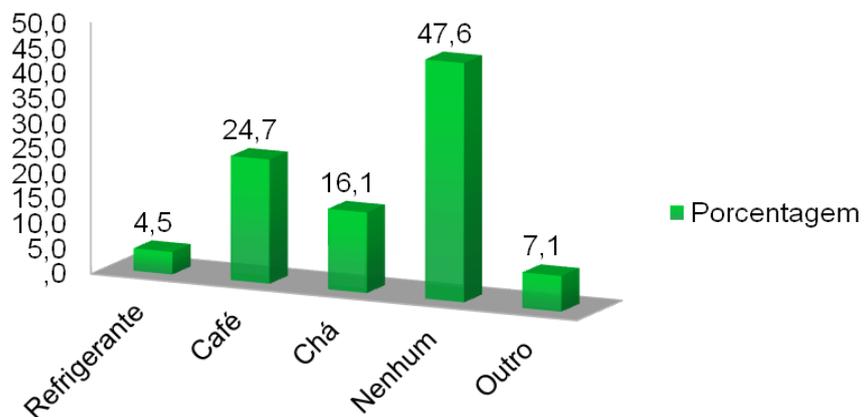
Em relação ao estabelecimento onde os consumidores realizam a compra de erva-mate, 76,3%, ou seja, 290 respondentes adquirem o produto em supermercados; 20,5% (78 consumidores) obtêm erva-mate direto do produtor, enquanto 2,6% (10 consumidores) compram erva-mate em outro tipo de estabelecimento e apenas 2 consumidores que representam 0,5% adquirem erva-mate na feira.

As escolhas dos consumidores de acordo com Pindyck e Rubinfeld (2010) passam por três etapas: preferências do consumidor, restrições orçamentárias e escolhas do consumidor. As preferências estão relacionadas à maneira que o consumidor prefere um específico produto, porém há às restrições orçamentárias que condiz com o valor que está disposto a pagar para adquiri-lo e ao considerar preferência e orçamento, ocorre a escolha do consumidor. Para atender a estas

etapas, torna-se necessário que as empresas compreendam as preferências dos consumidores por determinado produto e o quanto está disposto a pagar pela sua escolha.

Assim foram tabuladas as informações obtidas a partir dos questionamentos relacionados à preferência dos consumidores de erva-mate de Palmeira das Missões – RS em relação à: substituição de produto, armazenagem, tipo de erva-mate e qualidade. O gráfico 9, apresenta informações obtidas a partir dos questionários, referente à substituição da erva-mate por outro produto.

Gráfico 9 – Substituição da erva-mate por outro produto.



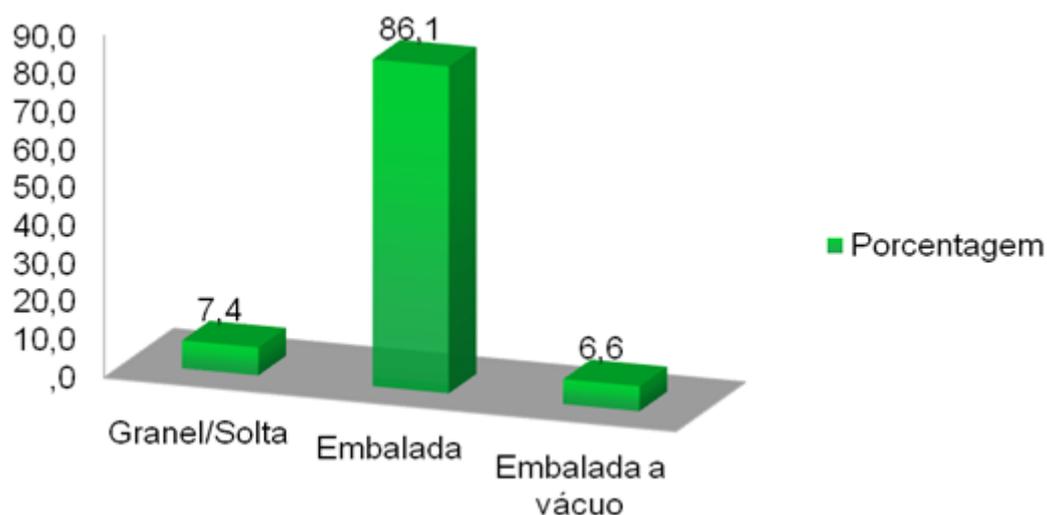
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

As preferências dos consumidores estão sujeitas a interferências do mercado, sejam elas orçamentárias, oferta, fatores psicológicos, percepção, dentre outros fatores. Os consumidores passam, de acordo com suas preferências, a ordenar os produtos que irão consumir e definem produto A melhor que produto B e assim sucessivamente. Ao comparar a preferência da erva-mate/chimarrão com outras bebidas, observa-se que dentre os respondentes, 47,6%, ou seja, 181 consumidores não substituiriam a erva-mate por nenhum outro produto; 24,7% que representam 94 consumidores da amostra utilizada para o estudo substituiriam a erva-mate por café; 16,1% ou seja, 61 respondentes substituiriam a erva-mate por chá; já 7,1% da amostra que representam 27 consumidores substituiriam a erva-mate por outros produtos, dentre os quais foram citados, água, sucos, cervejas, chopp, destilados e

apenas 4,5% dos consumidores que representam 17 respondentes substituiriam a erva-mate por refrigerante.

Com o considerável consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS onde 47,6% dos respondentes informaram que não substituiriam a erva-mate/chimarrão por qualquer outro produto, tornou-se importante identificar o tipo de armazenagem preferida pelos consumidores. No gráfico 10 foram apresentadas as respostas obtidas, onde os consumidores tinham como opções de escolha se preferem erva-mate a granel/solta, embalada ou embalada à vácuo.

Gráfico 10 – Forma de armazenamento da erva-mate.

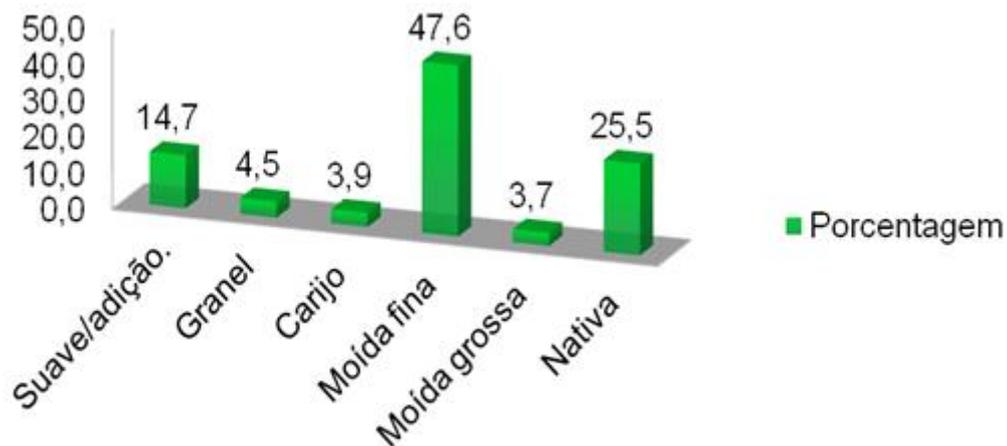


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

O armazenamento da erva-mate influencia no momento da compra, conforme apresenta o gráfico 10. De acordo com os questionários analisados, 86,1% da amostra probabilística de Palmeira das Missões, que representa 327 consumidores de erva-mate, tem preferência pelo produto embalado. Em relação à erva-mate a granel/solta que é disponibilizada nos supermercados, onde o cliente pode escolher a quantidade que lhe convém em determinada compra, 7,4% dos consumidores que representam 28 respondentes, escolheram esta opção. Já 6,6% dos consumidores, ou seja, 25 respondentes, no momento da compra, preferem a erva-mate embalada a vácuo.

Na busca de compreender melhor as preferências do consumidor em relação ao tipo de erva-mate para seu consumo, os respondentes tinham como opção: suave (com adição de açúcar), granel, carijo, moída fina, moída grossa e nativa. No gráfico 11 são apresentadas as respostas dos consumidores.

Gráfico 11 – Preferência quanto ao tipo de erva-mate para consumo.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

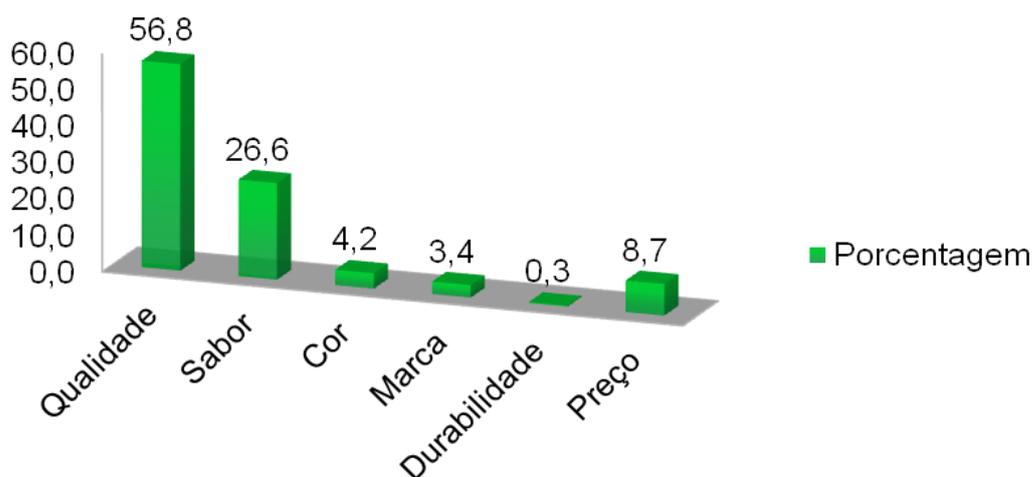
Ao analisar o gráfico 11, referente à preferência quanto ao tipo de erva-mate para consumo, percebe-se que a maioria dos consumidores preferem a erva-mate moída fina que representa 47,6% dos respondentes, ou seja, 181 consumidores. Após a erva-mate moída fina, a erva-mate nativa ganha destaque com 25,5% dos respondentes que representam 97 consumidores. A erva-mate suave (com adição de açúcar) está na preferência de 14,7% dos consumidores, ou seja, 56 respondentes. Em relação ao tipo de erva-mate a granel, carijo e moída grossa, estas opções estão entre as de menor preferência para os consumidores, com variação menor que 1% a cada opção analisada, sendo registrados 4,5% (17 consumidores), 3,9% (15 consumidores) e 3,7% (14 consumidores), respectivamente.

Percebeu-se que uma estratégia de diferenciação usada por algumas ervateiras do município de Palmeira das Missões – RS passou a ser a

armazenagem da erva-mate a vácuo, que proporciona uma maior durabilidade ao produto. Conforme informações dos ervateiros, a validade da erva-mate embalada a vácuo é de 100 dias, enquanto na embalagem tradicional (pacote/saco de papel), tem durabilidade de 30 dias e, na erva-mate solta, a validade é de 10 dias.

Dentre as opções de erva-mate disponibilizadas aos consumidores, destaca-se em sua maioria a erva-mate moída fina e isso deve-se ao fato de ser produto com maior oferta no mercado local. Na sequência do questionário, os respondentes foram solicitados à responder sobre a principal consideração no momento da compra do produto. Como opções, os respondentes tinham: qualidade, sabor, cor, marca, durabilidade e preço. No gráfico 12, são apresentadas as respostas dos consumidores.

Gráfico 12 – Principal consideração dos consumidores na compra de erva-mate.



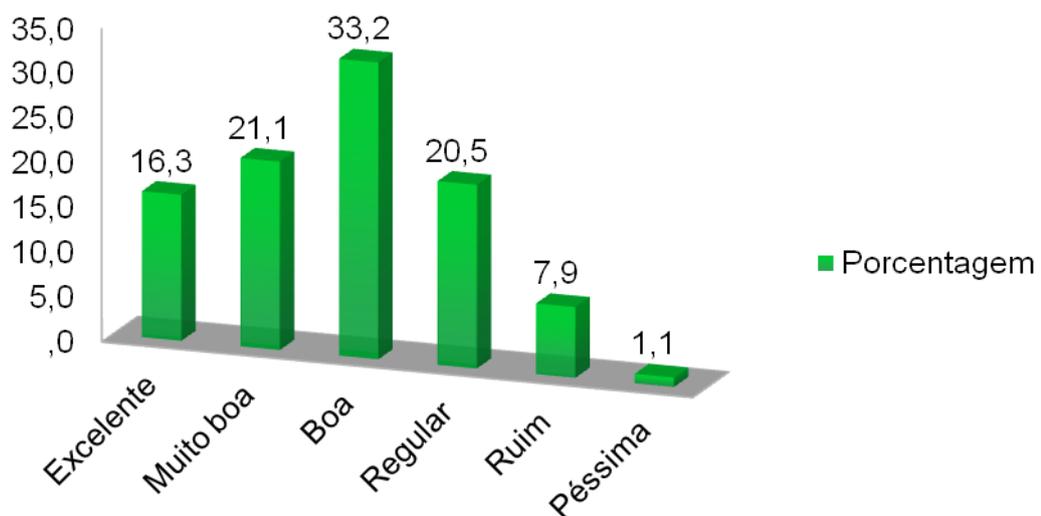
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Conforme as preferências dos consumidores de erva-mate, em relação à principal consideração no momento da compra do produto, observa-se que 56,8% (216 respondentes) escolhem a erva-mate pela qualidade do produto; 26,6% (101 respondentes) escolhem pelo sabor da erva-mate, embora, conforme os ervateiros, a qualidade, sabor, coloração e durabilidade da erva-mate depende da forma como ela é armazenada, seja no mercado ou até mesmo após a compra pelo cliente. Em relação ao preço, 8,7% (33 respondentes) escolheram esta opção como principal consideração no momento da compra, enquanto 4,2% (16 respondentes) escolheram pela coloração da erva mate; 3,4% (13 respondentes) consideram a

marca do produto no momento da compra e apenas 0,3% (1 consumidor) respondeu que considera a durabilidade para a escolha da erva-mate.

Para os consumidores de erva-mate em Palmeira das Missões – RS, a maior consideração no momento da compra do referido produto é a qualidade, o que representa ser um público exigente quanto ao produto que lhe é oferecido. Na sequência do questionário, foram solicitados a responder como avaliam a erva-mate produzida no município de Palmeira das Missões – RS. As opções disponíveis para resposta foram: excelente, muito boa, boa, regular, ruim e péssima. No gráfico 13, são apresentadas as informações obtidas a partir dos questionários.

Gráfico 13 – Avaliação da qualidade da erva-mate de Palmeira das Missões - RS.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

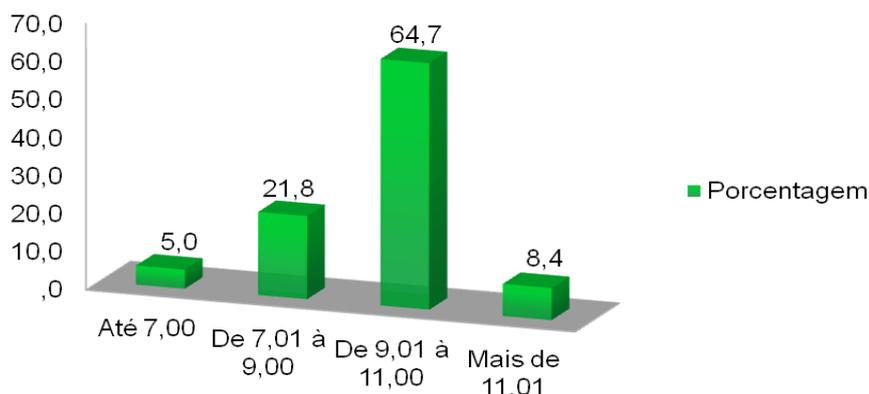
A erva-mate produzida em Palmeira das Missões – RS foi avaliada como boa por 33,2% dos consumidores (126 respondentes). A erva-mate foi considerada muito boa por 21,2% (80 consumidores) enquanto 20,5% (78 consumidores) consideraram regular a erva-mate produzida em Palmeira das Missões – RS. A avaliação excelente foi a escolhida por 16,3% (62 consumidores); 7,9% (30 consumidores) ponderaram a erva-mate palmeirense como ruim e apenas 1,1% (04 consumidores) escolheram a opção péssima.

Em complemento ao gráfico 12, observou-se que os consumidores buscam a qualidade do produto e de modo geral avaliam a erva-mate produzida no município

como de boa qualidade. Pode-se destacar conforme relatos dos próprios ervateiros que a qualidade da erva-mate deve-se ao fato da matéria-prima ser oriunda de ervais locais e municípios vizinhos, diferente ervateiras localizadas nos demais polos ervateiros, que em sua maioria obtém matéria-prima em outros estados.

Após a observação de que a maioria dos respondentes buscam pela qualidade da erva-mate no momento da compra, conforme gráfico 12 e avaliam a qualidade da erva-mate produzida pelas ervateiras de Palmeira das Missões – RS como boa (gráfico 13), tornou-se interessante averiguar o preço que geralmente é pago por 1kg da erva-mate adquirida pelo consumidor final, pois apenas 8,7% dos respondentes informaram que consideram o preço como fator principal no momento da compra. No gráfico 14, são apresentadas as respostas dos consumidores em relação ao valor que é pago por 1kg de erva-mate.

Gráfico 14 – Preço geralmente pago por 1kg de erva-mate (em R\$).



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

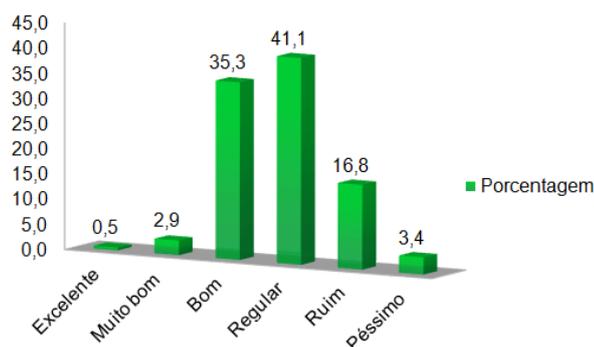
A partir do gráfico 14 percebe-se que a maioria dos respondentes dos questionários adquire o quilo de erva-mate pelo preço que varia de R\$ 9,01 à R\$ 11,00. Porém, conforme informações obtidas através das entrevistas com ervateiros de Palmeira das Missões – RS, o quilo da erva-mate é vendido para supermercados ou direto na ervateira pelo valor que varia entre R\$ 7,00 à R\$ 8,00, o que confirma que as informações do gráfico 7, onde analisou-se que a erva-mate é adquirida pelos consumidores, principalmente em supermercados.

Do total de 380 questionários respondidos, 246 consumidores (64,7%) adquirem o quilo de erva-mate pelo valor que varia de R\$ 9,01 à R\$ 11,00. Já 83 consumidores (21,8%) adquirem erva-mate pelo valor que varia entre R\$ 7,01 e R\$

9,00, enquanto 32 consumidores (8,4%) pagam valores acima de R\$ 11,01 pelo quilo do produto e apenas 19 consumidores (5%), adquirem o quilo de erva-mate por valores que chegam até R\$ 7,00. Assim, pode-se dizer que estes consumidores adquirem a erva-mate diretamente com o produtor, pois conforme as informações obtidas, o valor da erva-mate é pago com acréscimos nos supermercados, se comparado com o valor inicial, se adquirida diretamente nas ervateiras.

Ao tratar-se em relação ao preço da erva-mate, os respondentes foram solicitados a responder como consideram o preço da erva-mate atualmente e tinham como opções de resposta: excelente, muito bom, bom, regular, ruim e péssimo. No gráfico 15 são apresentadas as informações, conforme respostas dos consumidores.

Gráfico 15 – Como considera o preço da erva-mate atualmente.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

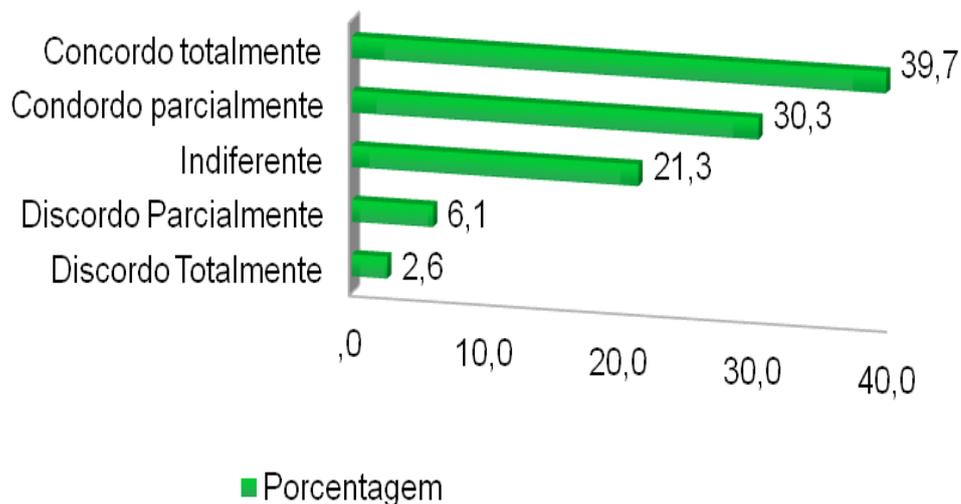
De acordo com informações obtidas a partir dos questionários, 41,1% dos respondentes que representam 156 consumidores responderam que atualmente consideram o preço da erva-mate regular. O preço é considerado bom por 35,3% dos respondentes, ou seja, 134 consumidores de erva-mate. A opção ruim foi apontada por 16,8% dos respondentes que representam 64 consumidores, enquanto 3,4% dos consumidores, ou seja, 13 respondentes consideram péssimo, o preço atual da erva-mate. A opção muito bom foi escolhida por 2,9% dos respondentes, o que representa 11 consumidores e apenas 0,5%, ou seja, 2 consumidores consideram o preço da erva-mate excelente.

Assim, percebe-se um descontentamento com o preço atual da erva-mate por parte dos consumidores, porém os ervateiros comentaram que o preço da erva-mate oscilou gradativamente nos últimos anos em razão do alto custo com a mão-de-obra, fator essencial para a fabricação da erva-mate.

Na sequência do questionário, os respondentes foram solicitados a considerarem afirmações, através de uma técnica de escala Likert, onde se consideraram as opções: discordo totalmente (1), discordo parcialmente (2), nem concordo e nem discordo (3), concordo parcialmente (4) e concordo totalmente (5).

A primeira afirmação a ser considerada, referiu-se aos benefícios da erva-mate/chimarrão à saúde do consumidor. No gráfico 16, são apresentadas as informações obtidas a partir da tabulação dos dados.

Gráfico 16 – O consumo de erva-mate/chimarrão é benéfico à saúde.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

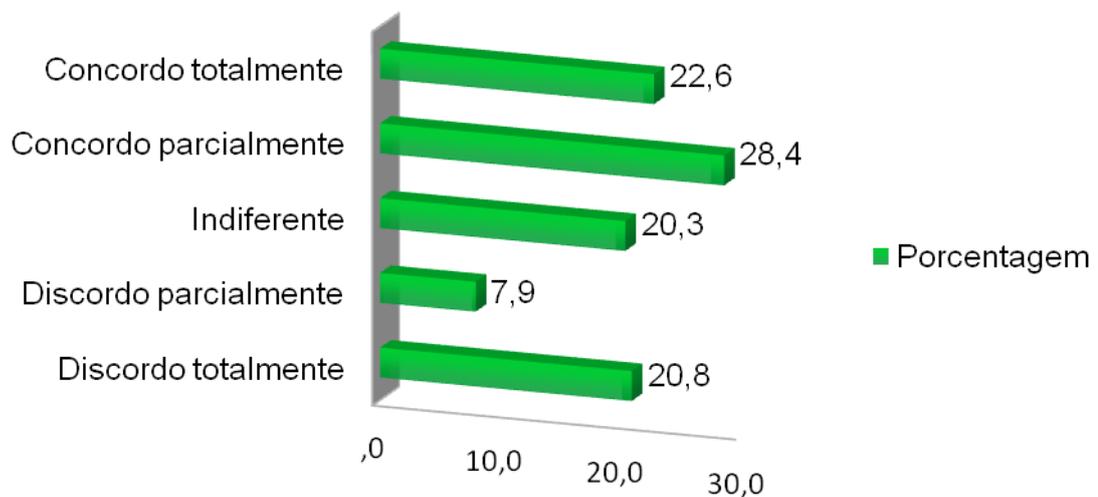
Devido às suas propriedades, a folha da erva-mate é usada desde a época dos indígenas como um estimulante às atividades físicas e mentais. Neste contexto, a afirmação em relação aos benefícios da erva-mate na condição de chimarrão, obteve 39,7% (151 respondentes) que concordam totalmente que seja benéfico à saúde. Outros 30,3% (115 respondentes) concordam parcialmente com a afirmação, 21,3% (81 respondentes) são indiferentes à afirmativa e consomem o chimarrão apenas por gostar da bebida. Já 6,1% dos consumidores (23 respondentes), discordam parcialmente com a afirmativa e 2,6% (10 respondentes) discordam totalmente com a afirmativa.

Ao comparar-se com o gráfico 3, nota-se que o consumo, em sua maioria deve-se ao fato do hábito, costume e tradição da população do Rio Grande do Sul

em ingerir a erva-mate em forma de chimarrão e não somente pelas propriedades naturais da planta.

Na sequência do questionário, foi considerada a afirmação referente ao conhecimento dos processos utilizados na fabricação da erva-mate. Os processos básicos utilizados pelas ervateiras do município são: o sapeco, a secagem e o cancheamento. No gráfico 17 são apresentadas as respostas dos consumidores.

Gráfico 17 – Conheço os processos utilizados na fabricação de erva-mate.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

De modo geral, pode-se constatar que embora o hábito de tomar o chimarrão comece ainda na infância, os processos de fabricação não são do conhecimento de todos os consumidores, tanto que mais da metade da amostra considerada neste estudo, nunca tenham visitado uma ervateira, conforme já apresentado neste estudo.

Da amostra de consumidores de erva-mate/chimarrão do município de Palmeira das Missões – RS, 28,4% dos consumidores que representam 108 respondentes conhecem parcialmente os processos utilizados na fabricação da erva-mate. Já 22,6% dos respondentes, ou seja, 86 consumidores informaram que conhecem totalmente os processos de fabricação da erva-mate para chimarrão. Outros 20,8% dos consumidores que representam 79 respondentes desconhecem

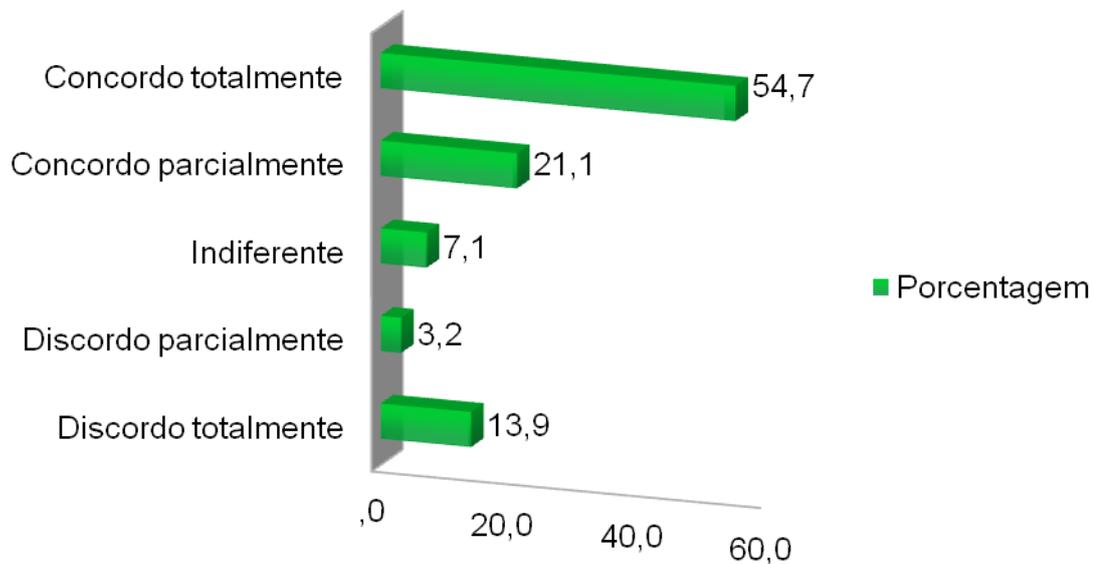
totalmente como é fabricada a erva-mate que consomem. Já 20,3% dos consumidores, ou seja, 77 respondentes são indiferentes à informação e apenas 7,9% dos consumidores que representam 30 respondentes, desconhecem parcialmente os processos utilizados pelas ervateiras na fabricação da erva-mate para o chimarrão.

Atualmente os consumidores de diversos produtos buscam as mais variadas informações sobre composição, processos e beneficiamentos dos produtos, porém, em relação à erva-mate, percebe-se que não há relevante procura por tais informações, até mesmo por ser um produto regional e por não apresentar variações em sua composição, o que indica que na maioria das ervateiras, os processos utilizados são praticamente os mesmos, o que faz os consumidores não preocuparem-se em conhecer os processos que são utilizados durante o processamento da matéria-prima para fabricação de erva-mate para chimarrão.

Desta forma, pode-se dizer que a confiança dos consumidores em relação aos ervateiros que transformam a matéria-prima é consideravelmente boa, pois se forem somadas as porcentagens apresentadas no gráfico 16, visualiza-se que 49% dos consumidores entendem como indiferente ou desconhecem os processos utilizados na fabricação da erva-mate e isso não representa um motivo para que os respondentes do questionários deixem de consumir erva-mate para chimarrão oriunda das referidas ervateiras.

Além de questionar o conhecimento dos consumidores em relação aos processos utilizados pelas ervateiras na fabricação de erva-mate, tornou-se interessante levantar o questionamento quanto ao consumo de erva-mate produzida em Palmeira das Missões – RS. No gráfico 18, são apresentadas as informações obtidas a partir dos questionários aplicados aos consumidores, em relação à afirmativa.

Gráfico 18 – Consumo erva-mate produzida em Palmeira das Missões – RS.

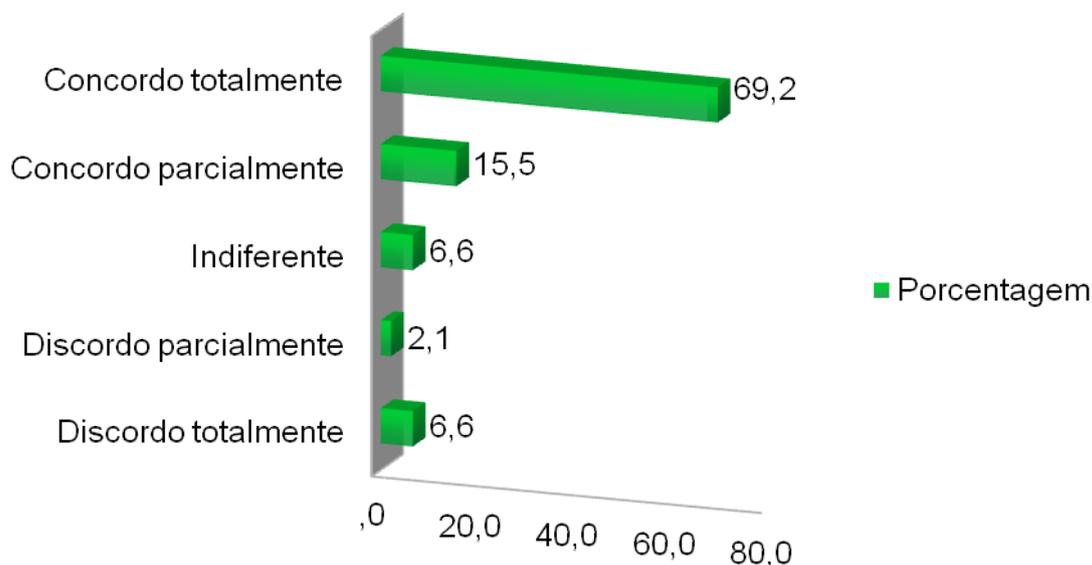


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir do gráfico 18, observou-se que 54,7% dos consumidores que representam 208 respondentes afirmaram consumir erva-mate produzida por ervateiras localizadas em Palmeira das Missões – RS. Já 21,1% dos respondentes, ou seja, 80 consumidores concordam parcialmente quanto à afirmativa do consumo de erva-mate produzida no referido município. Do total de consumidores que responderam o questionário, 27 respondentes que representam 7,1% da amostra utilizada no estudo, afirmaram como indiferente o consumo de erva-mate produzida em Palmeira das Missões e apenas 3,2% dos consumidores, ou seja, 12 respondentes escolheram a opção discordo parcialmente quanto ao consumo de erva-mate produzida em Palmeira das Missões - RS. A opção discordo totalmente foi escolhida por 13,9% dos consumidores que representam 53 respondentes, o que indica que não consomem erva-mate produzida por ervateiras localizadas no município estudado.

Na sequência dos questionamentos, a afirmação apresentada aos consumidores, referiu-se à marca da erva-mate que consomem em suas residências, para identificar se influencia em sua decisão de compra. No gráfico 19, são apresentadas as informações levantadas a partir da tabulação dos dados, oriundos dos questionários aplicados.

Gráfico 19 – A marca da erva-mate influencia a decisão de compra.



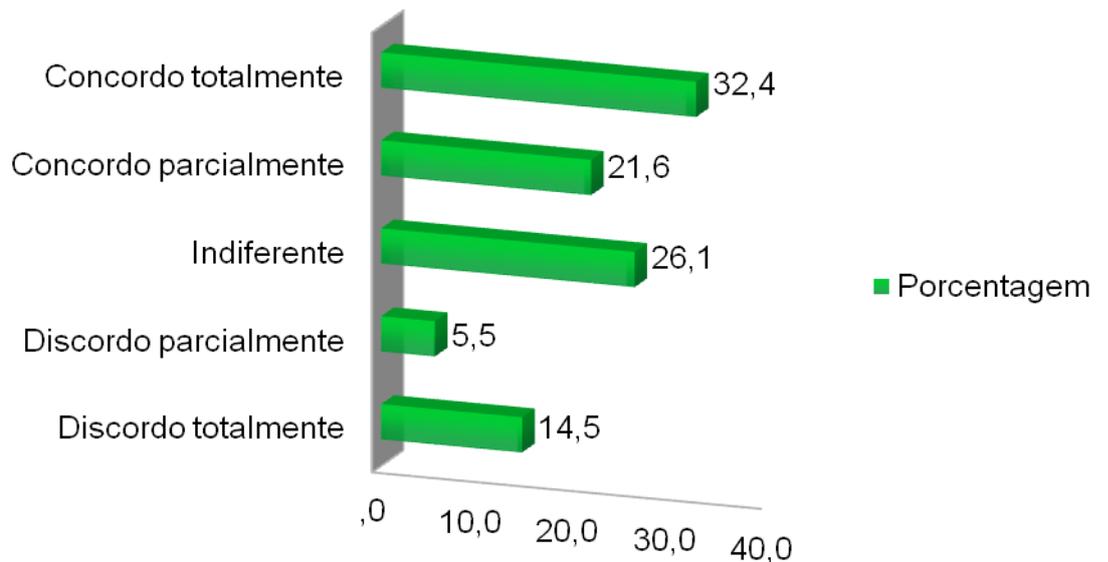
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Observou-se no gráfico 19, que 69,2% dos consumidores, ou seja, 263 respondentes concordaram totalmente que a marca influencia a decisão de compra do produto. Já 15,5% dos consumidores (59 respondentes) concordaram parcialmente quanto à influência da marca da erva-mate na escolha do produto. Para 25 consumidores, ou seja 6,6% dos respondentes, a marca é indiferente na decisão de compra e apenas 2,1% ou seja, 8 consumidores escolheram a opção discordo parcialmente sobre a influência da marca na compra da erva-mate e a opção discordo totalmente foi escolhida por 6,6% dos consumidores ou seja, 25 respondentes.

Assim, a partir do gráfico 19, percebe-se de modo geral que a marca do produto influencia na escolha do consumidor. Desta forma, torna-se importante para as ervateiras, o investimento em divulgação da marca, na busca de manter a credibilidade com os consumidores, pois além dos fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos que influenciam o comportamento do consumidor, a própria ervateira pode buscar estratégias para que o consumidor passe a escolher a sua marca como preferida, ao invés de marcas concorrentes.

Ao tratar-se da marca da erva-mate, tornou-se interessante considerar a embalagem do produto, pois além da marca o consumidor encontra outras informações como tipo da erva-mate, peso, informações relacionadas à saúde, validade e local da produção. Estas informações, assim como a marca, também podem influenciar na escolha do consumidor pela erva-mate de sua preferência. Desta forma, os respondentes dos questionários foram solicitados à considerar as informações da embalagem como fator importante para a compra. No gráfico 20 são apresentadas as informações, levantadas a partir da tabulação dos dados.

Gráfico 20 – As informações da embalagem são importantes para a compra.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

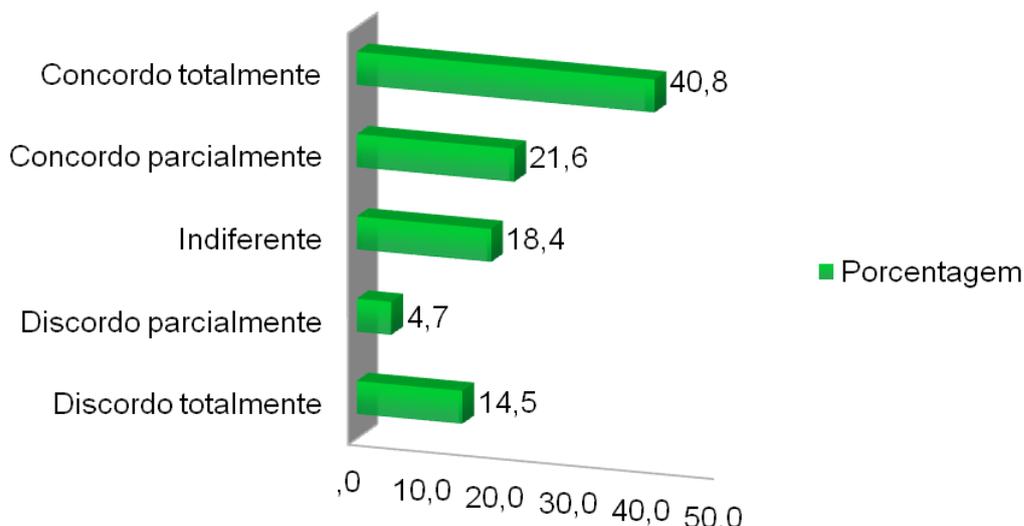
A partir do gráfico 20, pode-se perceber que 32,4% dos consumidores (123 respondentes) concordaram totalmente quanto à importância da embalagem na decisão da compra de erva-mate. Do total dos respondentes, 21,6% ou seja, 82 consumidores concordaram parcialmente quanto à afirmação referente à embalagem na decisão de escolha do produto e 26,1% dos respondentes que representam 99 consumidores, informaram que é indiferente a embalagem do produto no momento da decisão de compra. Apenas 5,5% dos consumidores (21 respondentes) discordaram parcialmente em relação à afirmação sobre a

embalagem, enquanto 14,5% dos consumidores que representam 55 respondentes, informaram discordar totalmente sobre alguma influência da embalagem no momento da decisão de compra da erva-mate.

Ao considerar a embalagem do produto, outro fator considerado durante os questionamentos foi referente à durabilidade que se encontra exposta na embalagem da erva-mate como fator decisivo para a compra do produto.

A durabilidade da erva-mate quando comparada com outras variáveis, não obteve uma consideração participativa, apenas 0,3% conforme apresentado no gráfico 12 que tratava-se sobre principal fator considerado no momento da compra. Por outro lado, o gráfico 21 analisa somente a durabilidade da erva-mate no momento da compra, conforme informações obtidas a partir das respostas dos consumidores questionados.

Gráfico 21 – A durabilidade é importante para a minha decisão de compra.



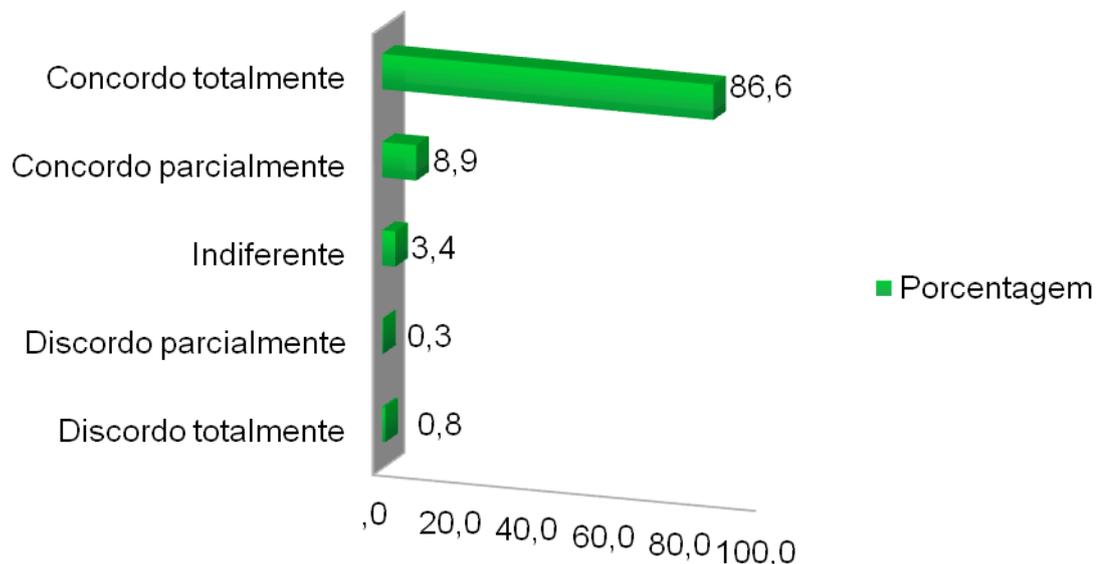
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

No gráfico 21, percebe-se que 40,8% (155 consumidores) responderam que concordam totalmente em relação à durabilidade ser importante no momento da decisão de compra; 21,6 % (82 consumidores) informaram que concordam parcialmente a durabilidade no momento de adquirir a erva-mate; 18,4% (70 consumidores) são indiferentes à durabilidade na escolha da erva-mate; 4,7% (18 consumidores) escolheram a opção discordo parcialmente, ou seja, não consideram a durabilidade como fator de significativa importância no momento da compra

enquanto 14,5% (55 consumidores) discordam totalmente, ou seja, não consideram a variável durabilidade para a decisão de compra.

Na sequência do questionário, a afirmação apresentada, referiu-se à qualidade da erva-mate como fator decisivo para a compra do produto. No gráfico 22, são apresentadas as informações obtidas a partir da tabulação das respostas dos consumidores.

Gráfico 22 – A qualidade da erva-mate é importante para a compra.

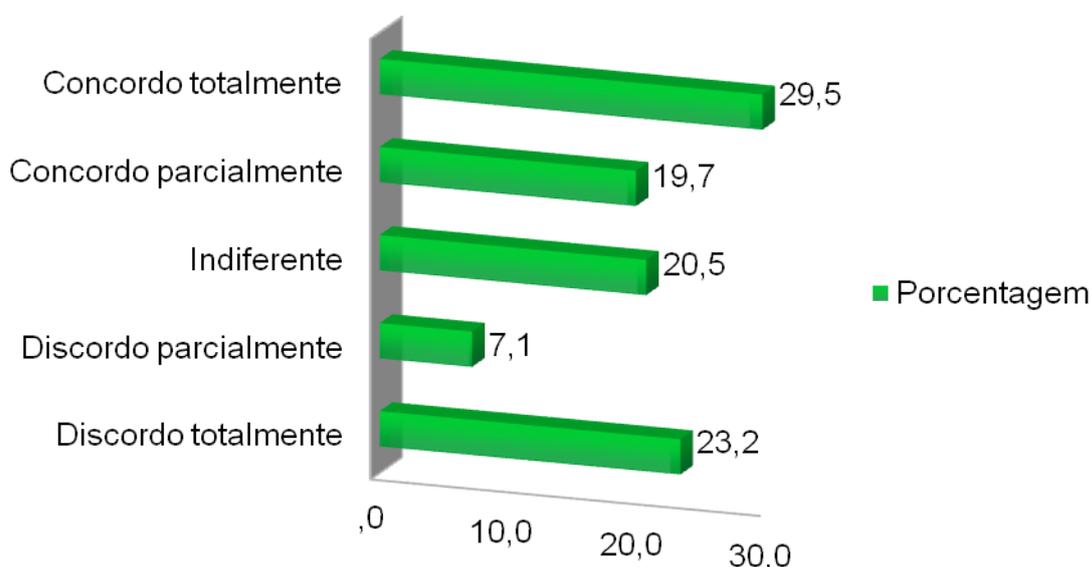


Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

A partir do gráfico 22, percebe-se que 86,6% dos consumidores, que representam 329 respondentes, concordaram totalmente com a afirmação de que a qualidade da erva-mate é importante para a compra do produto. Do total de respondentes, 8,9% que representam 34 consumidores, escolheram a opção concordo parcialmente com a afirmação referente à qualidade da erva-mate. A opção indiferente foi escolhida por 3,4% dos respondentes que indicam 13 consumidores. A opção discordo parcialmente foi escolhida por 0,3% da população que indica apenas 1 consumidor, enquanto a opção discordo totalmente que a qualidade da erva-mate é importante para a compra foi escolhida por 0,8% que representam 3 consumidores.

Os consumidores prezam pela qualidade da erva-mate e este é um fator importante para a decisão da compra. Na sequência do questionário tornou-se importante identificar a relação do estabelecimento com o consumidor, quanto à distância entre ambos. Assim, a afirmativa apresentada referiu-se à proximidade do estabelecimento à residência do consumidor. No gráfico 23 são apresentadas as informações obtidas a partir dos respondentes.

Gráfico 23 – O estabelecimento fica próximo da residência.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

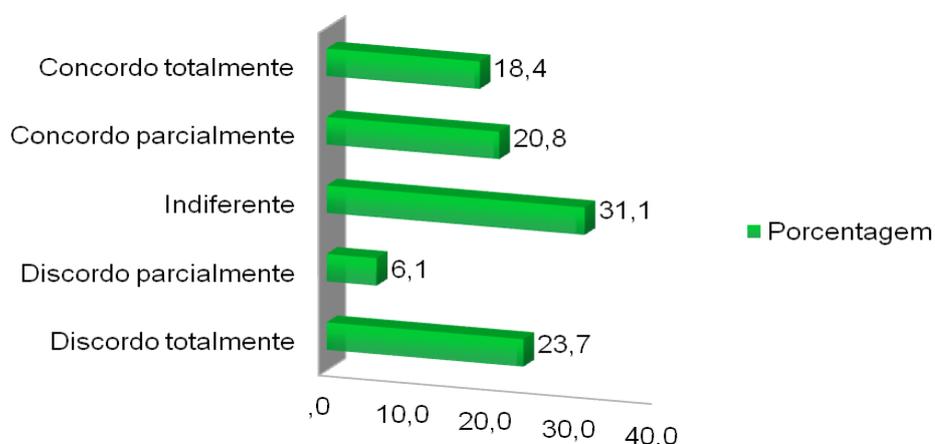
No gráfico 23, observa-se que a distância entre o estabelecimento e a residência do consumidor de erva-mate não apresenta considerável relevância. Isso se percebe a partir das informações, onde 29,5% dos respondentes que representam 112 consumidores concordam totalmente quanto à proximidade do estabelecimento às suas residências, mas 23,2% que representam 88 consumidores discordam totalmente sobre a proximidade de suas residências em relação ao estabelecimento. A partir de tais informações, entende-se que a distância entre o estabelecimento fornecedor de erva-mate e a residência do consumidor, não interfere de modo significativo na compra do produto. Se comparado ao gráfico 21 que tratou sobre a qualidade, pode-se considerar que os consumidores buscam a qualidade da erva-mate

mesmo que esta esteja distante de suas residência. Para 20,5% dos respondentes, ou seja, 78 consumidores, a proximidade do estabelecimento com suas residência é um fator indiferente para a aquisição do produto. A opção concordo parcialmente foi apontada por 19,7% dos consumidores que representam 75 respondentes e apenas 7,1% dos consumidores, que representam 27 respondentes escolheram a opção discordo totalmente quando à proximidade do estabelecimento fornecedor de erva-mate com suas residências.

Para os ervateiros, esta informação torna-se importante em razão que para a maioria dos consumidores, a distância entre estabelecimento e residência não é um fator considerável para a compra. Como a maioria das ervateiras encontram-se fora do perímetro urbano de Palmeira das Missões – RS, acabam por ofertar o produto em variados supermercados do referido município porém, há acordos comerciais onde algumas marcas acabam por não ser ofertadas o que para muitos ervateiros acaba sendo questão de preocupação por não vender o produto em referidos pontos comerciais. Porém na visão do consumidor, a sua preocupação está relacionada mais com a qualidade da erva-mate, que com a própria localização do estabelecimento onde é adquirido o produto. Desta forma, compreende-se que não há motivos para as ervateiras preocuparem-se com pontos comerciais específicos no meio urbano (por exemplo), mas manter o foco na produção com qualidade, pois é o que o consumidor exige.

A partir das análises, entende-se que o estabelecimento fornecedor de erva-mate próximo da residência do consumidor não é um fator significativamente relevante para sua decisão de compra, assim levantaram-se informações referentes à escolha do estabelecimento conforme o preço do produto. As informações obtidas a partir das respostas dos consumidores foram apresentadas no gráfico 24.

Gráfico 24 – Considero o preço para definir o estabelecimento onde adquirir erva-mate.



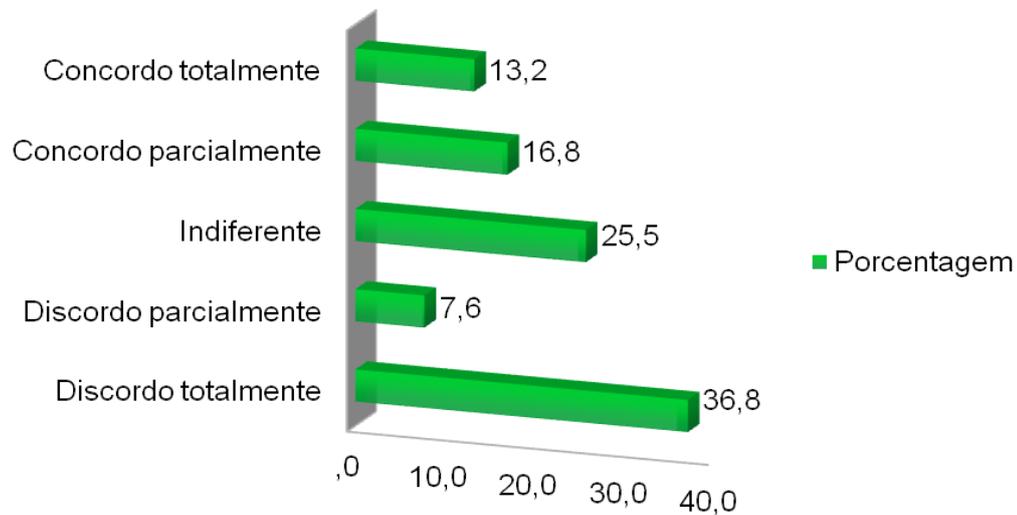
Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

No gráfico 24, percebeu-se que o preço da erva-mate também não é um fator decisivo para a compra do produto, pois para 31,1% dos consumidores que representam 118 consumidores o preço é indiferente para a escolha do estabelecimento e 23,7% dos consumidores (90 respondentes) discordaram totalmente com a afirmação referente à considerar preço para definir o estabelecimento onde adquirir a erva-mate. Outros 20,8% dos respondentes (79 consumidores) escolheram a opção concordo parcialmente em relação à afirmativa e 18,4% dos respondentes que representam 70 consumidores informaram que concordam com a afirmativa e apenas 6,1%, ou seja, 23 consumidores escolheram a opção discordo parcialmente, quanto ao considerar o preço para definir o estabelecimento onde adquirir o produto.

Como os ervateiros possuem uma faixa de preço constante, da mesma forma, os estabelecimentos comerciais também não apresentam variações consideráveis em relação ao preço. Desta forma, para a maioria dos consumidores de erva-mate, a variável preço não se torna um fator determinante para a decisão do estabelecimento onde adquirir o produto.

Para compreender um dos principais costumes do consumidor de erva-mate que é o chimarrão, como encerramento das afirmações a partir da escala Likert, considerou-se a afirmação referente ao aumento do preço da erva-mate, no sentido de reduzir o consumo de chimarrão caso ocorrer uma elevação no preço. No gráfico 25, são apresentadas as informações obtidas a partir da tabulação.

Gráfico 25 – Quando o preço da erva-mate aumenta, reduz o consumo.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

No gráfico 25, percebe-se que a opção discordo totalmente foi escolhida por 36,8% dos respondentes, ou seja, 140 consumidores de erva-mate e a opção indiferente foi a escolha de 25,5% que indicam 97 consumidores, o que representa que para a maioria dos respondentes, mesmo com aumento no preço da erva-mate, não há diminuição do consumo. Para 16,8%, ou seja, 64 consumidores, a opção escolhida foi concordo parcialmente em relação à redução no consumo de erva-mate ao considerar determinado aumento no preço. Para 13,2% dos respondentes (50 consumidores) o aumento no preço da erva-mate, causa redução no consumo do produto e apenas 7,6% dos consumidores discordam parcialmente com a afirmativa em relação ao aumento do preço causar a redução do consumo de erva-mate.

A partir das análises dos gráficos apresentados referentes ao consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS foi possível à identificação de preferências de produto para consumo, além da identificação da faixa etária que o respondente passou a consumir erva-mate/chimarrão. Percebeu-se que a maioria dos consumidores considera o ato de tomar chimarrão como um hábito e desta forma, consomem erva-mate/chimarrão todos os dias da semana e o registro de maior quantidade de erva-mate consumida por mês foi de 4 quilos, opção escolhida por 36,8% dos respondentes e 47,1% dos consumidores consomem chimarrão até duas vezes por dia, porém apenas 46,3% dos respondentes já visitaram uma

ervateira, o que indica que a maioria dos respondentes, consomem erva-mate, mas não conhecem ou não tem interesse em saber sobre o seu processamento. Em relação ao estabelecimento onde os consumidores adquirem a erva-mate, a opção em destaque foram os supermercados, indicada por 76,3% dos respondentes. Quanto à substituição da erva-mate por outro produto, 46,6% dos respondentes, indicaram que não trocariam a erva-mate por nenhum outro produto e as opções disponibilizadas eram refrigerante, café, chá, nenhum e outro.

Referente à forma de armazenamento da erva-mate no momento da compra, 86,1% dos consumidores informaram que preferem a erva-mate embalada e a erva-mate moída fina é a preferida para consumo de 47,6% dos respondentes. Quando solicitados à responderem sobre a principal consideração na compra de erva-mate, a opção em destaque foi a qualidade, escolhida por 56,8% dos respondentes porém 33,2% dos consumidores, escolheram a opção boa, para qualificar a erva-mate produzida em Palmeira das Missões – RS, onde o preço geralmente pago por 1 kg de erva-mate é de R\$ 9,00 à R\$ 11,00, conforme informações repassadas por 64,7% dos respondentes porém, 41,1% dos consumidores, consideram o preço atualmente praticado na venda da erva-mate como regular.

Nas questões consideradas na escala Likert, os respondentes avaliaram afirmativas entre as opções concordo totalmente, concordo parcialmente, nem concordo nem discordo, discordo parcialmente e discordo totalmente. Em relação à consideração da erva-mate como um produto benéfico à saúde, 39,7% dos respondentes concordam totalmente com a afirmativa. Quanto ao conhecimento dos processos utilizados na fabricação de erva-mate, 28,4% escolheram a opção concordo parcialmente e 54,7% concordaram totalmente em relação à afirmativa sobre consumir erva-mate produzida em Palmeira das Missões – RS.

Sobre a influência da marca durante a decisão de compra, 69,2% dos consumidores informaram que a marca influencia na decisão, porém quanto às informações da embalagem, 32,4% concordam totalmente que estas são importantes para a decisão da compra.

Quanto à durabilidade da erva-mate, 40,8% informaram que concordam totalmente em relação à durabilidade ser importante para a decisão de compra da erva-mate. Já 86,6% concordam totalmente que a qualidade é uma importante consideração para a compra de erva-mate e não há importância relevante quanto ao estabelecimento ficar próximo da residência do consumidor, pois 29,5% concordam

totalmente e 23,2% discordam totalmente quando à afirmação e 31,1% dos consumidores são indiferentes em relação à consideração do preço para definição do estabelecimento onde adquirir a erva-mate e 36,8% dos consumidores discordam totalmente sobre a afirmação de reduzir o consumo de erva-mate quando ocorre uma elevação no preço enquanto 25,5% dos respondentes escolheram a opção indiferente, quanto à afirmação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da realização deste estudo, que teve o intuito de buscar informações para responder quais os impactos que são encontrados na atividade ervateira, no contexto da economia (oferta e demanda) em Palmeira das Missões – RS, através da aplicação de questionários para consumidores de erva-mate no referido município e realização de entrevistas semi-estruturadas nas ervateiras localizadas no território palmeirense, foi possível atender o principal objetivo do estudo que foi analisar a produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS, o que possibilitou além de identificar o perfil dos ervateiros e consumidores, conhecer os principais benefícios e adversidades além de descrever as principais preferências do consumidor final. Para embasamento teórico deste estudo utilizou-se a teoria do consumidor e a teoria da produção que foram fundamentais para aprofundamento dos resultados obtidos.

De modo geral, percebeu-se que as ervateiras de Palmeira das Missões – RS são basicamente formadas por grupos familiares que utilizam de mão de obra e recursos próprios para realização de investimentos. A matéria-prima origina-se praticamente de municípios vizinhos e o transporte é feito de forma particular, pois predomina a concorrência entre as ervateiras.

Em relação à produção e comercialização da erva-mate processada para consumo, é basicamente para atendimento do mercado local e regional. Conforme comentários de alguns ervateiros, que introduzem seus produtos em mercados de outras regiões, se comparado com o comércio palmeirense, encontram maiores dificuldades para comercialização pelo fato que existem proprietários de supermercados que também são ervateiros ou possuem familiares no ramo e desta forma, acabam por limitar as marcas ofertadas. Outros ervateiros também comentaram que se torna mais fácil introduzir seus produtos em redes de supermercados onde possuem a matriz em outros municípios que não Palmeira das Missões – RS em razão que não há privilégios para ervateiros específicos.

Em relação aos consumidores, as principais considerações que se pode observar a partir da apresentação dos resultados do referido estudo, foi referente à qualidade do produto onde maioria dos respondentes informaram que a qualidade é uma das principais características procuradas no momento da compra e que a erva-mate para o chimarrão é geralmente escolhida por ser uma erva-mate de qualidade

e neste caso, a maioria não considera o preço do produto no momento da compra, tanto que quando foram perguntados sobre o aumento no preço da erva-mate, a maioria discordou totalmente quanto à redução do consumo por este motivo porém em relação ao preço praticado atualmente pela venda de 1 quilo de erva-mate, a maioria dos respondentes indicou a opção regular e demonstraram-se insatisfeitos com o preço atual do produto.

Porém, além da qualidade da erva-mate, há consumidores que também consideram a marca do produto no momento da compra, muitas vezes por já terem adquirido aquela erva-mate em outra oportunidade ou até mesmo por conhecerem a ervateira. Ainda em relação às marcas disponibilizadas nos estabelecimentos do município, percebe-se a partir dos resultados que a maioria dos respondentes preferem erva-mate oriunda do município de Palmeira das Missões – RS.

Este estudo que apresentou análises referentes à produção e consumo de erva-mate no município de Palmeira das Missões – RS pretende aguçar o interesse pela temática em outros pesquisadores e futuramente este autor almeja realizar novas pesquisas sobre a temática da erva-mate no referido município e expandir o estudo para o mercado regional.

Como limitações para este estudo, pode-se citar a dificuldade de acesso aos proprietários das ervateiras, como a mão de obra é geralmente familiar, os responsáveis algumas vezes estavam realizando entregas ou outras tarefas relacionadas.

Por fim, se entende que no imenso ramo do agronegócio, a erva-mate, que passou a ganhar destaque nos últimos anos, é importante objeto de estudo para quem tem o interesse de levantar maiores informações para o ramo ervateiro até mesmo no mercado nacional.

REFERÊNCIAS

- ABREU, R. L. **Localização de Palmeira das Missões**. Setembro de 2006. [S.l]. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Palmeira_das_Miss%C3%B5es#/media/File:RioGrande doSul_Municip_PalmeiradasMissoes.svg> Acesso em dezembro de 2017.
- AMORIM, D. Safra recorde não evitou queda do PIB agrícola. Rio de Janeiro. 2013 Disponível em: < <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,safra-recorde-nao-evitou-queda-do-pib-agricola-imp-,1003474>> Acesso dezembro de 2017.
- ANTONI, V. L. A estrutura competitiva da indústria ervateira do Rio Grande do Sul. **Revista Teoria e Evidência Econômica**, Passo Fundo, v.7, n. 12, p. 49-68, maio de 1999. Disponível em: <http://cepeac.upf.br/download/rev_n12_1999_art3.pdf> Acesso em novembro de 2017.
- ANTONIAZZI M. S. **A Cadeia Produtiva Da Erva-Mate No Município de Três Passos**: Produção, Industrialização e Comercialização. 2013. 56 p. Trabalho de conclusão (Curso Superior de Tecnologia em Desenvolvimento Rural) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Três Passos, RS, 2013. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/87414/000907881.pdf?sequence=1>> Acesso em novembro de 2017.
- ARAÚJO. M. J. **Fundamentos do Agronegócio**. 2. ed. Edição revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Atlas, 2007.
- ARAÚJO. M. J. **Fundamentos do Agronegócio**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ARDENGHI, L. G. Caboclos, ervateiros e coronéis: luta e resistência em Palmeira das Missões – RS. 2003. 210 p. Dissertação (Mestrado em História)– Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS, 2003.
- BATALHA, M. **Gestão Agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997.
- BATALHA, M. O.; SILVA, A. L. **Gerenciamento de sistema agroindustriais: definições, especificidades e correntes metodológicas**. In: Gestão Agroindustrial : GPAI : Grupo de estudos e pesquisas agroindustriais. Coordenador Mário Olavo Batalha. 3. ed. 2. reimpr. – São Paulo : Atlas, 2007.
- BELTRÃO et al. **Cadeias produtivas: estudo da cadeia produtiva da erva-mate no Rio Grande do Sul**. n. 1. FEPAGRO – Porto Alegre, 1998.
- BRUM, J. **Governo institui na Região Sul o sexto polo ervateiro do Estado**. [S.l]: Disponível em: <<http://www.rs.gov.br/conteudo/190771/governo-institui-na-regiao-sul-o-sexto-polo-ervateiro-do-estado>> Acesso em junho de 2017.
- CEPEA. **Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada**. [S.l]: Disponível em: <<https://www.cepea.esalq.usp.br/br/pib-do-agronegocio-brasileiro>> Acesso em maio de 2017.

CEPEA/CNA. **Centro de Estudo Avançados em Economia Aplicada/Confederação de Agricultura e Pecuária do Brasil**. [S.l]: Disponível em: <[http://www.cepea.esalq.usp.br/upload/kceditor/files/Planilha_PIB_Cepea_Portugues_Site%20\(1\).xlsx](http://www.cepea.esalq.usp.br/upload/kceditor/files/Planilha_PIB_Cepea_Portugues_Site%20(1).xlsx)> Acesso em maio de 2017.

CORREA, C. C.; SILVA, J. **Cadeia produtiva: estruturas de governança**. XXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGEP – Fortaleza, CE, Brasil, 09 a 11 de outubro de 2006. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR530358_7336.pdf> Acesso em novembro de 2017.

DAVIS, J. H.; GOLDBERG, R. **A concept of agribusiness**. Boston: Harvard University, 1957. Disponível em: <<https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.32106006105123;view=1up;seq=1>> Acesso em novembro de 2017.

DOLL, J. P.; ORAZEM, F. **Production Economics – Theory with Applications**. New York. John Wiley & Sons. 1984. Traduzido e adaptado por: José Carlos da Silva Medeira dos Santos. Disponível em <<http://www.ci.esapl.pt/jcms/materiais/Econ%20Gest/Teoria%20da%20Producao.pdf>> Acesso em dezembro de 2017.

EMATER/ASCAR. Erva-mate. 2016. [S.l]. Disponível em: <<http://www.emater.tche.br/site/area-tecnica/sistema-de-producao-vegetal/erva-mate.php#.W5wKj6ZKjIU>> Acesso em dezembro de 2017.

FAGUNDES, G. C. P. **Cevando mate**. 10. ed. Porto Alegre, Rígel, 2012.

FARIAS, J. R. B.; NEPOMUCENO, A. L.; NEUMAIER, N. **Ecofisiologia da soja**. Embrapa. Londrina, PR, Setembro de 2007. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/soja/busca-de-publicacoes/-/.../ecofisiologia-da-soja>> Acesso em janeiro de 2018.

FEIX, R. D.; LEUSIN JÚNIOR, S.; AGRANONIK, C. FEIX, R. D.; LEUSIN JÚNIOR, S.; AGRANONIK, C. **Painel do agronegócio no Rio Grande do Sul — 2017**. Porto Alegre: FEE, 2017. Disponível em: < <https://www.fee.rs.gov.br/wp-content/uploads/2017/09/20170901relatorio-painel-do-agronegocio-no-rs-2017-1.pdf>> Acesso em novembro de 2017.

FERRARI, E. Estudo dos potenciais da cadeia produtiva da erva-mate como fator de desenvolvimento regional sustentável do médio Alto Uruguai do Rio Grande do Sul. 2004. 159 p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional). Universidade de Santa Cruz. Santa Cruz do Sul, 2004. Disponível em: < <https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/703/1/EliandroFerrari.pdf>> Acesso em abril de 2018.

FERREIRA, E.; MOISEICHYK, A. E.; GONÇALVES, S. R. **Agronegócio em Palmeira das Missões/RS: A soja em sol fértil**. II Simpósio Internacional de inovação em cadeias produtivas do agronegócio. UCS – Campus Sede, Caxias do Sul, RS, 26 e 27 de agosto de 2016. Disponível em:

<<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/IIsimposioinovacaoagronegocio/simposioinovacaoagronegocioucs/paper/viewFile/4617/1479>> Acesso em dezembro de 2017.

FINAMORE, E. B.; MONTOYA, M. A. PIB, tributos, emprego, salários e saldo comercial no agronegócio gaúcho. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 24, n. 1, p. 93-126, 2003. Disponível em: <<https://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/view/567/807>> Acesso em novembro de 2017.

FITZ, R. A. **Os Jesuítas no território gaúcho**. In: Releituras da História do Rio Grande do Sul. Fundação Instituto Gaúcho de Tradição e Folclore. Organizadores: Sandra da Silva Carelo, Luiz Claudio Knierim. Porto Alegre, CORAG, 282 p. 2011. Disponível em: <<http://www.igtf.rs.gov.br/wp-content/uploads/2012/10/Livro-Digital.pdf>> Acesso em dezembro de 2017.

FUNDOMATE. Fundo de desenvolvimento e inovação da cadeira produtiva da erva-mate. Nº. 16. Ano 2016. Porto Alegre, RS, 06 de julho de 2016. Disponível em: <<http://www.seapa.rs.gov.br/upload/arquivos/201702/01083717-20160711140348informativo-do-fundomate-16-2016-esse.pdf>> Acesso em janeiro de 2018.

FURTADO, C. Formação Econômica do Brasil. 34 ed. São Paulo : Companhia das Letras, 2007.

GATTI, B. A. **Abordagens quantitativas e a pesquisa educacional**. Sem.IME. Fundação Carlos Chagas – USP – Maio de 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisas**. 4 ed. 10. reimp. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. 3. Reimp. São Paulo: Atlas, 2010.

GONÇALVES, L. M. M.; KOHAYAKAWA, Y. **O método probabilístico e algumas aplicações**. [S.l]. Fevereiro de 2010. Disponível em: <<https://www.ime.usp.br/~cef/mac499-09/monografias/lucas-mendes/monografia.pdf>> Acesso em dezembro de 2017.

HAIR, et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre : Bookman, 2005.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2016 Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>> Acesso em dezembro de 2017.

KING, R. P. et al. Agribusiness Economics and management. **Oxford University Press on behalf of the Agricultural and Applied Economics Association**. [S.l]: p. 554-570, 10 de maio de 2010.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 12ª edição - São Paulo – Pearson Prentice Hall, 2007.

LAUERMANN, G. J. et al. Estratégias de Industrialização de Cooperativas Agropecuárias. **Revista Espacios**. [S.l]: Vol. 38 (nº 02) p. 23, 2017. Disponível em: <<http://www.revistaespacios.com/a17v38n02/a17v38n02p24.pdf>> Acesso em dezembro de 2017.

LOURENÇO, J. C. **Logística agroindustrial: desafios para o Brasil na primeira década do século XXI**. 2010. [S.l]: Edição eletrônica gratuita. Disponível em: <<http://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/794/index.htm>> Acesso em novembro de 2017.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, G. A. **Manual para Elaboração de Monografias e Dissertações**. 3. ed. 4. reimp. São Paulo: Atlas, 2007.

MAZUCHOWSKI, J. Z. **Manual da erva-mate** (*Ilex paraguariensis* St. Hill.). 104 p. 2. ed. Curitiba, PR, 1991.

MELLO, I. B. **Mapeamento da cadeia produtiva da erva-mate no município de Machadinho: Desafios e Propostas**. 2010. 48 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão do Agronegócio) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2010. Disponível em: <http://www.emater.tche.br/site/arquivos_pdf/teses/Mono_Ilvandro_Melo.pdf> Acesso em dezembro de 2017.

MENDES, J. T. G.; JUNIOR, J. B. P. **Agronegócio uma abordagem econômica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2007.

MONTIGAUD, J. C. L'analyse des filières agro-alimentaires: méthodes et premiers résultats. **Economies et Sociétés**. [S.l]: Série AG, n. 21, 1992.

MORAES, V. A. **Formado o Pólo Ervateiro Planalto Missões**. 2010. [S.l]: Disponível em: <<http://www.emater.tche.br/site/noticias/detalhe-noticia.php?id=10546#.WVJrf2grLIX>> Acesso em maio de 2017.

OLIVEIRA, F. F. Comportamento do consumidor: um estudo das teorias de marketing aplicadas ao turismo. **Revista Saberes Interdisciplinares**. [S.l]: Vol. 02. p. 53-67, 2008. Disponível em: <http://www.iptan.edu.br/publicacoes/saberes_interdisciplinares/pdf/revista02/Comportamento%20do%20consumidor%20um%20estudo%20das%20teorias%20de%20marketing%20aplicadas%20ao%20turismo.pdf> Acesso em novembro de 2017.

PÁDUA, E. M. M. **Metodologia da Pesquisa: Abordagem Teórico-Prática**. 10. ed. Rev. e atual. Campinas, SP: Papyrus, 2004.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. *Microeconomia*. [Tradução: Eleutério Prado, Thelma Guimarães e Luciana do Amaral Teixeira]. – 7. ed. – São Paulo : Pearson Education do Brasil, 2010.

RICHETTI, A. **Fronteira de Produção e Eficiência Econômica: Cultura da Soja no Mato Grosso do Sul**. 2000. 95 p. Dissertação (Mestrado em Administração Rural). Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2000. Disponível em: <<http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/10351/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20Fronteira%20de%20produ%C3%A7%C3%A3o%20e%20efici%C3%Aancia%20econ%C3%B4mica%20na%20cultura%20da%20soja%20no%20Mato%20Grosso%20do%20Sul.pdf>> Acesso em dezembro de 2017.

ROSSETTI, J. P. **Introdução à economia**. 20. ed. 3. reimpr. São Paulo : Atlas, 2006.

RIO GRANDE DO SUL. Lei n. 63/2017, de 14 de novembro de 2017. Declara o Município de Palmeira das Missões, Berço da Erva-Mate no Estado do Rio Grande do Sul. *Diário Oficial da Assembleia Legislativa*: Porto Alegre, 08 de dezembro de 2017, p. 765. Disponível em: <<http://www2.al.rs.gov.br/diariooficial/MostraPDF.aspx?arq=649EB67B-5751-472A-9472-A37F5CE6FD8A>> Acesso em agosto de 2018.

RIO GRANDE DO SUL. Lei n. 11.929, de 20 de junho de 2003. Institui o churrasco como “prato típico” e o chimarrão como “bebida símbolo” do Estado do Rio Grande do Sul e dá outras providências. **Diário Oficial do Estado**: Porto Alegre: CORAG, 23 de junho de 2003, p. 1. Disponível em: <<http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/11.929.pdf>> Acesso em janeiro de 2018.

RIO GRANDE DO SUL. Lei n. 12.282, de 01 de junho de 2005. Declara o Carijó da Canção Gaúcha integrante do Patrimônio Cultural do Estado do Rio Grande do Sul. **Diário Oficial do Estado**: Porto Alegre: CORAG, 06 de junho de 2005, p. 2. Disponível em: <<http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/12.282.pdf>> Acesso em janeiro de 2018.

SANTOS, L. P. P. Assim cevo meu mate. In: 28º Carijó da Canção Gaúcha. Redação Carla Regina Botton e Franciele Maciel Linhares. Palmeira das Missões, RS, 2013.

SAVOIA, J. R. F. (Coord.). **Agronegócio no Brasil**: Uma perspectiva financeira. São Paulo : Saint Paul Editora, 2009.

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, GOVERNANÇA E GESTÃO. Participação no PIB do Brasil. Disponível em: <<http://www.atlassocioeconomico.rs.gov.br/participacao-do-pib-estadual>> Acesso em 17 de maio de 2018.

SILVA, J. A. M.; ALMEIDA, V. O.; CASTILHO, V. H. **Teoria do consumidor e aspectos relevantes do consumo**. Centro Paula Souza. Governo de São Paulo. Sorocaba, 2012. Disponível em: <

<https://efinfatecsor.files.wordpress.com/2012/12/teoria-do-consumidor-e-aspectos-relevantes-do-consumo.pdf>> Acesso em dezembro de 2017.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. Administração em produção. São Paulo : Atlas, 2002.

SCHUCHMANN, C. E. Z. Ações para a formulação de um protocolo de rastreabilidade de erva-mate. 2002, 94 p. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Erechim, 2002. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5298/000424064.pdf?sequence=1>> Acesso em dezembro de 2017.

SOARES, M. P. **Santo Antônio da Palmeira**: apontamentos para a história de Palmeira das Missões, comemorativos do Primeiro Centenário de sua Emancipação Política. 2. ed. – Porto Alegre : AGE, 2004.

SOUZA, N. J. Texto para discussão nº 08/2007: Desenvolvimento Econômico do Rio Grande do Sul: Das origens aos dias atuais. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, RS. 2007. Disponível em: <http://www3.pucrs.br/pucrs/ppgfiles/files/faceppg/ppge/texto_8.pdf> Acesso em dezembro de 2017.

UCHA, D. Sindimate – RS : 70 Anos. 1. ed. Porto Alegre : Palomas, 2012.

VANTI, M. A. Erva-Mate Baldo. Exportação de saúde e tradição. **Central de cases ESPN**. [S.l]: Dezembro de 2012. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/2797004-Erva-mate-baldo-exportacao-de-saude-e-tradicao.html>> Acesso em dezembro de 2017.

VARIAN, H. R. **Microeconomia: Conceitos básicos**. Tradução: Maria José Cyhlar Monteiro e Ricardo Doninello – 7ª reimpressão. Rio de Janeiro : Elsevier, 2006.

VASCONCELLOS, M. A. S.; GARCIA, M. E. **Fundamentos de Economia**. São Paulo: Saraiva, 1998, 300 p.

WENDLING, I.; DUTRA, L. F.; GROSSI, F. Produção e sobrevivência de miniestacas e minicepas de erva-mate cultivadas em sistema semi-hidropônico. **Pesquisa Agropecuária Brasileira**. Brasília, v. 42, n. 2, p. 289-292, fevereiro, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pab/v42n2/19.pdf>> Acesso em dezembro de 2017.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de Governança e Coordenação do Agribusiness: Uma Aplicação da Nova Economia das Instituições**. 1995. Tese (Título de Livre Docente) – Universidade de São Paulo – Faculdade de Economia Administração e Contabilidade, São Paulo, SP, 1995.

APÊNDICE

**APÊNDICE A – ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA
PARA SER APLICADA AOS RESPONSÁVEIS PELAS ERVATEIRAS
LOCALIZADAS NO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES - RS**

ENTREVISTA COM ERVATEIRA DE PALMEIRA DAS MISSÕES – RS

1 – DADOS DA ERVATEIRA

Função do Entrevistado: () Gerente () Dono do negócio () Outros

Desde quando trabalha no ramo ervateiro: _____

Quantas marcas a ervateira possui: _____

Origem do capital investido: _____

2 – MÃO DE OBRA

Na ervateira, o trabalho é familiar ou contratado?

Qual o número de empregados?

Há dificuldade para encontrar mão de obra no município?

3 – MATÉRIA-PRIMA

A matéria-prima é produção própria ou adquirida de terceiros?

Qual a origem da matéria-prima adquirida de terceiros?

Qual o tempo de processamento após recebimento da matéria-prima?

Qual o período do ano que há maior transformação do produto?

A estrutura é para uso próprio ou presta serviços para outras ervateiras?

4 – TRANSPORTE

Como ocorre o transporte da matéria-prima até a ervateira?

Como ocorre o transporte da erva-mate embalada até o ponto de venda?

O meio de transporte é próprio ou terceirizado?

Há problemas relacionados ao transporte?

5 – PRODUÇÃO

Quais os produtos derivados da matéria-prima que são fabricados pela ervateira?

Qual a quantidade média de erva-mate é produzida por ano na ervateira?

A ervateira trabalha com grande estoque ou reduzido?

Qual o tempo máximo de estocagem do produto final?

Qual o destino do excedente de produção não vendido?

6 – COMERCIALIZAÇÃO

A ervateira possui ponto de venda próprio?

Quais os principais pontos de venda no município?

A ervateira comercializa erva-mate no mercado regional?

Qual a porcentagem comercializada em Palmeira das Missões – RS?

Qual a principal dificuldade para incluir a produção no mercado regional?

Qual o período do ano que aumenta a demanda pelo produto?

7 – POLÍTICAS PÚBLICAS PARA AS ERVATEIRAS

A ervateira recebeu algum incentivo dos órgãos públicos (municipal, estadual, nacional) para iniciar a produção de erva-mate?

A ervateira é filiada a algum sindicato ou associação?

Existe alguma “parceria” entre as ervateiras para atender maiores mercados ou predomina a concorrência?

7 – PREÇO

A ervateira acompanha o preço da erva-mate praticado pelos concorrentes?

Como é definido o preço para a comercialização do produto final?

Atualmente, qual é o preço praticado pela ervateira na comercialização de 1kg de erva-mate?

O que torna mais caro o custo da fabricação da erva-mate?

O trabalho (mão-de-obra) pode ser justificado como motivo para variação do preço ocorrida nos últimos anos?

**APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO A SER APLICADO AOS CONSUMIDORES
DE ERVA-MATE NO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES - RS**

**QUESTIONÁRIO APLICADO A CONSUMIDORES
DE ERVA-MATE EM PALMEIRA DAS MISSÕES – RS**

ENTREVISTADO Nº _____

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade: () 18 a 25 anos () 26 a 35 anos () 36 a 45 anos () Acima de 46 anos

Qual renda familiar aproximada?
() 0 a 1 salários () 1 a 2 salários () 2 a 4 salários () Mais que 4 salários

Nível de escolaridade:

() Fundamental incompleto	() Cursando graduação
() Fundamental completo	() Graduação completa
() Médio incompleto	() Cursando pós-graduação
() Médio completo	() Pós-graduação completa

Qual preferência de produto para consumo?

() Erva-mate para chimarrão.
() Erva-mate para tererê.
() Erva-mate para chás.
() Outros.

Qual faixa etária que começou tomar chimarrão?

() Antes dos 10 anos	() Entre 21 e 25 anos
() Entre 11 e 15 anos	() Entre 25 e 30 anos
() Entre 16 e 20 anos	() Com mais de 30 anos

Como considera o hábito de tomar chimarrão?

() Hábito () Vício () Tradição () Bem-Estar

Qual consumo semanal de erva-mate/chimarrão?

() 1 a 2 dias
() 3 a 4 dias
() 5 a 6 dias
() Todos os dias

Qual a quantidade mensal de erva-mate consumida?
() 1 Kg () 2 Kg () 3 Kg () 4 Kg () 5 Kg () 6 Kg ou mais

Qual a frequência que consome chimarrão em apenas um dia?

() Uma vez ao dia
() Duas vezes ao dia
() Três vezes ao dia
() Quatro ou mais vezes ao dia

Já visitou alguma ervateira?

Sim Não Tenho curiosidade

Qual estabelecimento onde adquire erva-mate?

Feira Supermercado Direto do produtor Outro

Por qual dos produtos citados abaixo você substituiria a erva-mate?

Refrigerante Café Chá Nenhum Outro. Qual? _____

Qual a preferência em relação ao armazenamento do produto para compra?

Granel/Solta Embalada Embalada à vácuo

Qual a erva-mate de maior preferência para seu consumo?

Suave Granel Carijó Moída fina Moída grossa Nativa

Qual a principal consideração no momento da compra da erva-mate?

Qualidade Sabor Cor Marca Durabilidade Preço

Como você avalia a qualidade da erva-mate em Palmeira das Missões – RS?

Excelente Muito Boa Boa Regular Ruim Péssima

Qual o preço geralmente pago por 1 quilo de erva-mate?

Até R\$ 7,00 De R\$ 7,01 a R\$ 9,00
 De R\$ 9,01 a R\$ 11,00 Mais de R\$ 11,01

Como considera o preço da erva-mate atualmente?

Excelente Muito bom Bom Regular Ruim Péssimo

Atribua um grau de satisfação, conforme as afirmações, de acordo com a escala:

- 1 – Discordo totalmente
- 2 – Discordo parcialmente
- 3 – Nem concordo nem discordo
- 4 – Concordo parcialmente
- 5 – Concordo totalmente

Consumo de erva-mate/chimarrão é benéfico à saúde.	1	2	3	4	5
Conheço os processos utilizados na fabricação de erva-mate.	1	2	3	4	5
Consumo erva-mate produzida em Palmeira das Missões - RS.	1	2	3	4	5
A marca da erva-mate influencia na decisão de compra.	1	2	3	4	5
As informações da embalagem são importantes para a compra.	1	2	3	4	5
A durabilidade é importante para a decisão de compra.	1	2	3	4	5
A qualidade da erva-mate é importante para a compra.	1	2	3	4	5
O estabelecimento onde compro, fica próximo de minha residência.	1	2	3	4	5
Considero preço para definir o estabelecimento onde comprar erva-mate	1	2	3	4	5
Quano preço da erva-mate aumenta, reduzo o consumo.	1	2	3	4	5

ANEXO



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA
Gabinete de Consultoria Legislativa

LEI Nº 11.929, DE 20 DE JUNHO DE 2003.
(publicada no DOE nº 118, de 23 de junho de 2003)

Institui o churrasco como "prato típico" e o chimarrão como "bebida símbolo" do Estado do Rio Grande do Sul e dá outras providências.

O GOVERNADOR DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL.

Faço saber, em cumprimento ao disposto no artigo 82, inciso IV, da Constituição do Estado, que a Assembléia Legislativa aprovou e eu sanciono e promulgo a Lei seguinte:

Art. 1º - Ficam instituídos o churrasco à gaúcha como o prato típico e o chimarrão como a bebida símbolo do Rio Grande do Sul.

Parágrafo único - Para os efeitos desta Lei, entende-se por churrasco à gaúcha a carne temperada com sal grosso, levada a assar ao calor produzido por brasas de madeira carbonizada ou *in natura*, em espetos ou disposta em grelha, e sob controle manual.

Art. 2º - Para assinalar as instituições ora estabelecidas, ficam criados "o Dia do Churrasco" e o "Dia do Chimarrão", a serem comemorados em 24 de abril de cada ano e incorporados ao calendário oficial de eventos do Estado do Rio Grande do Sul.

Art. 3º - A Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul homenageará, anualmente, com o troféu "Nova Brésia", uma churrascaria a ser escolhida como modelo por sua fidelidade ao estilo gaúcho, e com o troféu "Roda de Mate" uma ervateira que se distinguiu pela qualidade e aceitação do seu produto.

Art. 4º - Júri especial definirá os critérios de escolha dos agraciados e apontará à premiação os estabelecimentos referidos no artigo anterior, levando em conta, a par dos critérios técnicos e comerciais que estabelecer, as contribuições de qualquer ordem que tenham sido feitas pelos concorrentes para o bom êxito do Programa Fome Zero, ora instituído e mantido pelo Governo Federal, ou a programas similares de solidariedade social em âmbito federal ou estadual, que àquele venham suceder.

Art. 5º - Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

PALÁCIO PIRATINI, em Porto Alegre, 20 de junho de 2003.

FIM DO DOCUMENTO



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA
Gabinete de Consultoria Legislativa

LEI Nº 12.282, DE 01 DE JUNHO DE 2005.
(publicada no DOE nº 104, de 06 de junho de 2005)

Declara o Carijo da Canção Gaúcha integrante
do patrimônio cultural do Estado do Rio
Grande do Sul.

O GOVERNADOR DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL.

Faço saber, em cumprimento ao disposto no artigo 82, inciso IV, da Constituição do Estado, que a Assembléia Legislativa aprovou e eu sanciono e promulgo a Lei seguinte:

Art. 1º - Fica declarado como integrante do patrimônio cultural do Estado do Rio Grande do Sul, nos termos e para os fins dos artigos 221, 222 e 223 da Constituição do Estado, o Carijo da Canção Gaúcha, realizado anualmente na cidade de Palmeira das Missões.

Art. 2º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

PALÁCIO PIRATINI, em Porto Alegre, 01 de junho de 2005.

FIM DO DOCUMENTO

PROJETO DE LEI Nº 63/2017
Deputado(a) Missionário Volnei

Declara o Município de Palmeira das Missões,
Berço da Erva-Mate no Estado do Rio Grande
do Sul.

Art. 1º Fica declarado o Município de Palmeira das Missões, Berço da Erva-Mate no Estado do Rio Grande do Sul.

Art. 2.º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões, em

Deputado(a) Missionário Volnei

JUSTIFICATIVA

Quando voltamos nosso olhar para os tempos idos, buscando contemplar a época de nossos antepassados, e contemplar as eras mais remotas de nossa história, não procuramos simplesmente, encontrar o nosso passado, ou o passado do Rio Grande do Sul. Procuramos sim, localizar a nossa origem. Procuramos perceber as raízes de nossas tradições ancestrais, e o tronco do qual, hoje, brotam os emblemas de uma identidade e de um modo de ver o mundo e de ser, palmeirense.

E, quando esta origem é atingida, suas imagens são reportadas para o tempo presente. E entre essas imagens de cores fortes, de revoluções e lutas, de matas e campos, as folhas da erva mate surgem de modo constante, apontando a *Ilex Paraguaiensis* como elemento central desta história. E o chimarrão, surge como um coração vibrante, cuja seiva que em tempos de antanho alimentou todo o processo de colonização local, e hoje identifica seu povo. É na roda de mate, igualitária em sua organização e no calor e no topete audacioso do amargo que, hoje, percebe-se a essência deste pedacinho do Rio Grande do Sul.

A erva-mate, na região de Palmeira das Missões, foi no passado e, ainda é conhecida como “ouro verde das coxilhas”, razão inicial da exploração deste território que, conforme escreveu o pesquisador e historiador Mozart Pereira Soares no livro *Santo Antonio da Palmeira: apontamentos para a história de Palmeira das Missões* (2004, p. 82), “se encontra no coração da principal zona ervateira do Rio Grande.”. Em busca desta riqueza nativa do Médio-Alto-Uruguai, os índios missioneiros, orientados pelos padres jesuítas, começaram a desbravar esta região a partir do século XVIII, incluindo esta região em seus mapas. Ainda segundo o historiador, já por esta época o território que viria a ser Palmeira das Missões correspondia ao “mais notável celeiro da erva rio-grandense”, conforme indicações presentes na Carta Anua do Padre Pedro Romero, S.J., de 1633.

Cronologicamente, temos que o comércio missioneiro da erva-mate do século XVII e XVIII, alimentou-se também dos ervais que viria ser a grande Palmeira. Como apontam os mapas jesuíticos, em especial o de Guilherme Furlong (Furlong, G. *Cartografia Jesuítica del Rio de la Plata*. Buenos Aires: Jacobo Peuser, 1936), o território de Palmeira das Missões, situava-se na região dos ervais das Missões Jesuíticas de Santo Angelo Custódio, São Luiz Gonzaga e São João Batista.

Em muitos sentidos, a erva-mate é o centro da formação histórica e social de Palmeira das Missões e dos municípios da região convertendo-se, nesse contexto, em um ponto de convergência histórica, cultural, social e econômica de toda a “Grande Palmeira”. Sua histórica cadeia produtiva consiste em um ciclo econômico que atravessa todos os demais. Através da erva-mate, do chimarrão e da história missioneira comes escrita no solo rio-grandense e brasileiro, que esta região se reconhece e orgulha.

A erva-mate foi o motivo da fixação dos primeiros moradores da Região da “Grande Palmeira”, mesmo tendo que enfrentar entre outros perigos, os nativos, nem sempre amistosos. Estes pioneiros embrenhavam-se nas matas, em busca da erva-mate, e foi em torno da erva-mate, e do seu manejo, na colheita e nos carijos anuais que Palmeira das Missões principia sua história.

Esta atividade secular não conheceu, em tempo algum, declínio em seu sentido cultural. Pelo contrário: mesmo em épocas de baixa produção, sentido da vivência real e cultural dos caboclos ervateiros preservou-se. O ponto de encontro e de reunião destes ervateiros, ainda no século XVIII, segundo as imagens lendárias da história regional, uma coxilha muito alta, que se tornava visível ao longe, graças a uma palmeira solitária sob a qual, descansavam viajantes e realizavam-se vendas de erva-mate que deste ponto, embarcavam em carretas para todo o Rio Grande.

Esta coxilha hoje tem em seu centro, marcando a existência daquela palmeira e, sinalizando o ponto de origem da história desta região, o “Obelisco do Centenário”. Foi deste ponto que emanaram as forças que deram forma e identidade a cultura da região da “Grande Palmeira”. Em torno deste espaço, organizou-se a Vilinha do Erval, com sua intendência, e sua “Capelinha do Rosário”. Foi a partir deste “marco inicial” que o Rio Grande do Sul viu mais uma comuna nascer, tendo a erva-mate nativa como mão zelosa.

Contamos com o apoio dos senhores Deputados Estaduais para que aprovelem esta proposição.

Sala das Sessões, em

Deputado(a) Missionário Volnei

**COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E
JUSTIÇA**

PROJETO DE LEI Nº 63/2017

Processo nº 20181.01.00/17-8

Proponente: Deputado(a) Missionário Volnei

Ementa: Declara o Município de Palmeira das Missões, Berço da Erva-Mate no Estado do Rio Grande do Sul.

Relator(a): Deputado(a) Gilmar

Sossella Parecer: Favorável.

PARECER DA COMISSÃO Nº 55/2017

Vem a esta Comissão de Constituição e Justiça para exame e parecer o Projeto de Lei n.º 63/2017, de autoria do nobre Deputado Missionário Volnei, que declara o Município de Palmeira das Missões, Berço da Erva-Mate no Estado do Rio Grande do Sul.

Como muito bem assevera o proponente na justificativa "A erva-mate, na região de Palmeira das Missões, foi no passado e, ainda é conhecida como "ouro verde das coxilhas", razão inicial da exploração deste território que, conforme escreveu o pesquisador e historiador Mozart Pereira Soares no livro Santo Antônio da Palmeira: apontamentos para a história de Palmeira das Missões, 'se encontra no coração da principal zona ervateira do Rio Grande.'.

Em busca desta riqueza nativa do Médio-Alto-Uruguai, os índios missioneiros, orientados pelos padres jesuítas, começaram a desbravar esta região a partir do século XVIII, incluindo esta região em seus mapas. Ainda segundo o historiador, já por esta época o território que viria a ser Palmeira das Missões correspondia ao "mais notável celeiro da erva rio-grandense", conforme indicações presentes na Carta Anua do Padre Pedro Romero, S.J., de 1633.

E ainda, em muitos sentidos, a erva-mate é o centro da formação histórica e social de Palmeira das Missões e dos municípios da região convertendo-se, nesse contexto, em um ponto de convergência histórica, cultural, social e econômica de toda a "Grande Palmeira".

Sendo assim, inexistindo óbices de ordem constitucional e legal, nem vícios de qualquer natureza, somos favoráveis à tramitação do Projeto de Lei em exame.

Pelo exposto, o parecer é favorável.

Sala de Sessões, em 14 de novembro de 2017.

Deputado(a)
Tiago Simon,
Presidente.

Deputado(a) Gilmar Sossella, Relator(a).

Deputado(a) Luís Augusto Lara

Deputado(a) Ciro Simoni

Deputado(a) Lucas Redecker

Deputado(a) Luiz Fernando Mainardi

Deputado(a) Elton Weber